

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KINERJA UKM KOTA MAKASSAR**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
M A K A S S A R  
2016

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 30 Agustus 2016

Penyusun,

**INDRA YANTI SARI**

NIM. 10600112100

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar”, yang disusun oleh Indra Yanti Sari NIM: 10600112100, mahasiswa Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 30 Agustus 2016 M, bertepatan dengan 27 Dzul Qa’iddah 1437 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen (dengan beberapa perbaikan).

Makassar, 30 Agustus 2016 M

27 Dzul Qa’iddah 1437 H

#### DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara.,M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Dr. H. Abdul Wahab, SE.,M.Si	(.....)
Munaqasyah I	: Dr. Siradjuddin, SE.,M.Si	(.....)
Munaqasyah II	: Eka Suhartini, SE.,MM	(.....)
Pembimbing I	: Prof. Dr. H. Ambo Asse.,M.Ag	(.....)
Pembimbing II	: Rika Dwi Ayu Parmitasari, SE.,M.Comm	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag

NIP: 19581022 198703 1 002

## KATA PENGANTAR

*Assalamu' alaikum Wr. Wb.*

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan hanya kepada Allah (Subhanahu Wata'ala) yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekutan serta ilmu pengetahuan kepada penulis. Atas perkenan-Mu jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam “Allahumma Sholli Ala Sayyidina Muhammad” juga penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Selama penyusunan skripsi ini tidak dapat lepas dari bimbingan, dorongan serta bantuan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak. Karena itu, perkenankanlah penulis menghanturkan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibunda **Jayani**, Kakak-Kakak ku **Ika Julianti A.S, Amd.Keb.** dan **Ita Puspita Sari, Amd.kep** Serta adik ku **Ima Aman Safrin**. Tak lupa pula Omku **Anwar Tholy, Aries Tholy, Arie Tholy**, dan **Awal Tholy** serta kakek ku **Drs.H. Syamsuddin**. Terima kasih atas dukungan moril maupun materil dan untaian doa-doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
2. Bapak **Prof. Dr. H. Ambo Asse.,M.Ag** sebagai dosen pembimbing I sekaligus sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran yang berguna selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu **Rika Dwi Ayu Parmitasari,SE.,M.Comm**, selaku pembimbing II sekaligus sebagai Ketua Jurusan Manajemen Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN)

Alauddin Makassar, yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran yang berguna selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Segenap Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
5. Pelaku UMKM Kota Makassar
6. Sahabat-sahabatku InterHolic, Teman-Temanku kelompok Manajemen 5&6, kader dan alumni Koperasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN), Alauddin Makassar, Teman-temanku di Hipmi Sulsel Serta Sahabatku Muhammad Ashari .S, Sudiarti Dewi.K, Sri Amalia Edy, Dwi Fitria Azzahra, Dodi Adhari, Putri Ariyanti, A. Sitti Hardiyanti ZM, Nuerul letni Reskita, Magfirah, Erul, Fitri Nuraisyah Mustika, Adil dan Muhammad Jaidun, terima kasih atas semangat dan dukungannya selama ini.
7. Seluruh teman-teman di Manajemen Angkatan 2012, terima kasih atas bantuannya selama ini.
8. Semua teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang turut memberikan bantuan secara tulus.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, semoga Allah SWT menerima amal ibadah kita semua disisi-Nya. Amin

*Wassalamu' alaikum Wr. Wb*

Samata, 30 Agustus 2016

**Indra Yanti Sari**  
NIM. 10600112100

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1-16</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Hipotesis.....	8
D. Definisi Operasional dan Obyek Penelitian .....	10
E. Penelitian Terdahulu.....	12
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN TEORI.....</b>	<b>17-53</b>
A. Usaha Kecil Menengah (UKM) .....	17
1. Wirausaha dalam Perspektif Islam .....	17
2. Pengertian Usaha Kecil Menengah.....	19

3. Kriteria Usaha Mikro, Kecil Menengah .....	21
4. Kelebihan Usaha Kecil dan Menengah.....	22
5. Hambatan Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah.....	24
6. Strategi dalam Pengembangan UKM .....	24
B. Orientasi Kewirausahaan.....	24
1. Pengertian Orientasi Kewirausahaan.....	24
2. Indikator Orientasi Kewirausahaan .....	29
3. Orientasi Kewirausahaan dalam Pandangan Islam.....	33
C. Inovasi Produk.....	36
1. Pengertian Inovasi Produk.....	36
2. Pentingnya Melakukan Inovasi Produk.....	39
3. Indikator Inovasi Produk .....	40
4. Inovasi Produk dalam Pandangan Islam.....	42
D. Kinerja Perusahaan.....	43
1. Pengertian Kinerja Perusahaan .....	43
2. Indikator Kinerja Perusahaan .....	48
3. Kinerja Perusahaan dalam Pandangan Islam.....	51
E. Kerangka Pikir Penelitian.....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54-64</b>
A. Jenis penelitian .....	54
B. Populasi dan Sampel .....	54
C. Jenis Data .....	56
D. Teknik Pengumpulan Data .....	57

E. Teknik Analisis Data .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65-89</b>
A. Visi Misi .....	65
B. Penyajian data penelitian .....	66
C. Deskripsi Karakteristik Responden .....	67
D. Analisis dan Olah Statistik .....	71
1. Uji Validasi dan Reliabilitas Instrumen .....	71
2. Uji Asumsi Klasik .....	74
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
4. Koefisien Determinasi .....	79
5. Pengujian Hipotesis .....	80
E. Pembahasan Penelitian .....	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>90-91</b>
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92-95</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>97-121</b>



## DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.1	Indikator-Indikator Variabel .....	11
2.1	Penelitian Terdahulu .....	12
4.1	Obyek Penelitian.....	67
4.2	Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	67
4.3	Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
4.4	Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
4.5	Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha.....	70
4.6	Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Tenaga Kerja .....	70
4.7	Hasil Uji Validasi Orientasi Kewirausahaan .....	71
4.8	Hasil Uji Validasi Inovasi Produk .....	71
4.9	Hasil Uji Validasi Kinerja Perusahaan .....	72
4.10	Hasil Uji Reliabilitas Orientasi Kewirausahaan .....	73
4.11	Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk .....	73
4.12	Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Perusahaan .....	73
4.13	Hasil Uji Normalitas .....	75
4.14	Hasil Uji Autokorelasi .....	76
4.15	Tabel Durbin Watson.....	76
4.16	Hasil Uji Multikolinieritas .....	78
4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	78
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	80
4.19	Hasil Uji F.....	81

4.20	Hasil Uji t.....	82
------	------------------	----



**DAFTAR GAMBAR**

<b>No</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
2.3	Kerangka Pikir Penelitian .....	53
3.1	Diagram Scatterplot .....	77



## ABSTRAK

**Nama : IndraYanti Sari**

**NIM : 10600112100**

**Judul : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI  
PRODUK TERHADAP KINERJA UKM KOTA MAKASSAR**

---

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap kinerja ukm kota Makassar, apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja ukm kota, dan apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja ukm kota Makassar.

Jenis penelitian yang digunakan adalah Metode kuantitatif Adapun menurut tingkat eksplanasinya (Tingkat kejelasan) penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif. Dengan jumlah populasi sebanyak 84 UKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar tahun 2014 dan 38 UKM yang belum terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 42 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode random sederhana (*simple random sampling*). Sedangkan jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) dan dokumen. Adapun teknik menganalisis data yang digunakan yaitu: Uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan dan inovasi produk (Uji secara simultan) terhadap kinerja ukm kota makassar, terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan (Uji secara parsial) terhadap kinerja ukm kota makassar, dan terdapat pengaruh inovasi produk (Uji secara parsial) terhadap kinerja ukm kota makassar.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu Peningkatan kinerja ukm kota Makassar tidak terlepas dari kemampuan pengusaha dalam memahami orientasi kewirausahaan (*Need for achievement, internal locus of control, self reliance, extroversion*) dan inovasi produk (Perluasan lini produk, produk tiruan/imitasi, produk baru). Dengan tingginya orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang dimiliki maka akan lebih mudah meningkatkan kinerja ukm.

**Kata Kunci :** UKM Kota Makassar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan KinerjaPerusaha

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada setiap negara berkembang salah satu hal yang menjadi prioritas utama dalam melaksanakan kegiatan negaranya yaitu pembangunan nasional, begitu pula halnya dengan negara Indonesia. Salah satu hal yang diperhatikan dalam pembangunan nasional di Indonesia adalah di bidang ekonomi. Untuk mewujudkan pembangunan nasional di bidang ekonomi bukan hanya menjadi tanggungjawab dari pemerintah pusat tetapi juga tanggungjawab dari pemerintah daerah. Dengan adanya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 (Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol 1, No.2, hal. 213-220) tentang pemerintahan daerah yang mempunyai wewenangan luas dalam membangun potensi daerahnya. Salah satu yang menjadi potensi di tiap daerah adalah keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Nasional. Karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan distribusi hasil-hasil pembangunan, dengan adanya UKM pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang.

Asian Development Bank (2001) mengatakan bahwa peran UKM penting bagi restrukturisasi industri, karena : Alasan pertama adalah UKM memberikan kontribusi bagi pertumbuhan lapangan kerja dengan kecepatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan besar, dan dalam jangka panjang UKM dapat menyediakan porsi yang signifikan bagi lapangan kerja secara keseluruhan. Alasan kedua adalah UKM dapat menolong dalam restrukturisasi dan perampingan (*streamlining*) dari

perusahaan besar milik pemerintah dengan cara memungkinkan mereka untuk melepaskan atau menjual aktivitas produk yang bukan inti dan dengan menyerap tenaga kerja yang berlebihan. Alasan ketiga adalah UKM menyediakan perekonomian dengan fleksibilitas yang lebih baik dalam menyediakan jasa dan pembuatan variasi barang kebutuhan konsumen. Alasan Keempat adalah UKM meningkatkan daya saing dari marketplace dan mencegah posisi monopolistik dari berbagai perusahaan besar. (5) UKM bertindak sebagai tempat pengembangan kemampuan wirausaha dan inovasi. UKM memainkan peran penting penyediaan jasa bagi komunitas masyarakat dan UKM memberikan kontribusi penting bagi program pengembangan regional.

Menurut data departemen Koperasi, UMKM dan data usaha besar (UB) tahun 2012-2013, pada akhir tahun 2013 diperkirakan ada sekitar 57.895.721 UMKM (99,99 %) dari seluruh usaha di Indonesia. Kontribusi UMKM dalam penyerapan tenaga kerja sekitar 96,99% dan sumbangan UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 57,56%. Dimana usaha kecil (UK) diperkirakan ada sekitar 654,222 (1,13%) serta kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja sekitar 5.570.231 (4,73%) dan sumbangan PDB nya sekitar 12,83% . Sedangkan untuk Usaha menengah (UM) diperkirakan ada sekitar 52.106 (0,09%) serta kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja sekitar 3.949.385 (3,36%) dan sumbangan PDB nya sekitar 14,48% (Kementerian Koperasi dan UKM RI /[www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)). Keberadaan UKM memang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam berbagai aspek. Akan tetapi, kegiatan usaha yang dilakukan UKM ini bukan berarti tanpa kendala.

Menurut Anoraga dan Sudantoko (operasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil. 2002:250) permasalahan usaha kecil pada bidang pemasaran terfokus pada tiga hal, yaitu permasalahan persaingan pasar dan produk, permasalahan akses terhadap informasi pasar dan permasalahan kelembagaan pendukung usaha kecil. Produk yang dihasilkan UKM sering kali masih kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh usaha besar, baik dari segi inovasi produk, kualitas produk, maupun distribusi produk. Persaingan antara sesama pelaku UKM dan persaingan dengan usaha besar seringkali menjadi hambatan bagi UKM untuk mengembangkan dan memperluas usahanya. Bahkan, persaingan usaha yang semakin kompetitif tidak jarang menjadi salah satu pemicu bangkrutnya usaha berskala kecil ini. Disamping itu, secara internal UKM kurang mempunyai kemampuan manajerial dan keterampilan dan kurangnya permodalan dan pasar. Disatu sisi, kajian literatur menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek kunci yang akan menentukan daya saing dan dapat berdampak pada kinerja perusahaan, yaitu faktor lingkungan internal perusahaan, lingkungan eksternal dan wirausaha.

Hasil studi yang dilakukan oleh Hadiyati (2008) yang menyatakan bahwa faktor – faktor lingkungan yang dibedakan dalam faktor internal dan eksternal baik langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap strategi daya saing. Oleh karena itu, daya saing sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menerapkan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk kedalam aktivitas strategi yang akan menentukan tujuan dan penciptaan kinerja secara superior (Hui Li, et al., 2009). Cool et al (1999) menjelaskan bahwa persaingan kompetitif dapat berpengaruh besar terhadap profitabilitas perusahaan. Ketika persaingan dalam

industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri menurun. Persaingan usaha memaksa para pelaku usaha yang ada didalamnya untuk memiliki keunggulan dan strategi dalam bersaing agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan. Komponen produk (output) yang dihasilkan UKM pun menjadi unsur yang penting untuk diperhatikan oleh pelaku UKM. Mereka yang mampu menyajikan produk yang lebih unggul melalui Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki peluang yang lebih besar untuk menarik minat konsumen. Inovasi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan berbisnis karena inovasi merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan usahanya (Dhewanto, 2014:299).

Ketika UKM mampu menerapkan orientasi kewirausahaan dan inovasi, maka mereka mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan. Strategi yang tepat sangat diperlukan bagi pengusaha UKM, mengingat dalam mengembangkan usahanya dituntut kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya. Sebab Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis (Lee & Peterson, 2000; Gupta, Mcmillan & surie, 2004; Prieto, 2010). Orientasi kewirausahaan seorang pengusaha dianggap memiliki peranan yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan sehat. (Mahmood & Hanafi, 2013; Zainol & Ayadurai, 2011) Sebuah perusahaan yang memiliki konsep orientasi kewirausahaan



akan cenderung melakukan usahanya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mengadopsi orientasi konservatif. (Rauch, Wiklund, Lumpkin & Frese, 2009; Wiklund & Shepherd, 2005). Orientasi Kewirausahaan dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan usaha hal tersebut terlihat dari pemilik dan pengelola dalam menjalankan usahanya sudah menunjukkan perilaku inovatif, proaktif dan berani dalam mengambil resiko. Selain itu beberapa peneliti beranggapan bahwa variabel inovasi (Baer dan Frese, 2003) dapat dimasukkan untuk menilai kinerja perusahaan. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk serta menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Sedangkan menurut Gronhaug & Kaufmann (1988) inovasi juga dapat menciptakan keunggulan bersaing, serta merupakan sarana untuk bertahan hidup dalam menghadapi lingkungan persaingan yang serba tidak pasti.

Pengembangan UKM ini juga disadari sangat penting oleh pemerintah Makassar. Maka dari itu, untuk mendukung pengembangan sektor UMKM di Sulawesi, PT Permodalan Nasional Madani (PNM) tengah membangun jaringan UMKM di Pulau Sulawesi, melalui pelatihan dan pembinaan bagi nasabah Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM) PNM. Sedikitnya 9.662 pelaku usaha yang memanfaatkan Program Pengembangan Kapasitas Usaha (PKU) yang dilaksanakan oleh PNM. PNM saat ini memiliki 705 jaringan layanan, termasuk 577 kantor Unit Layanan Modal Mikro (ULaMM), yang menjangkau 2.799 Kecamatan di seluruh Indonesia. Berdasarkan catatan PNM, penyaluran kredit ULaMM di wilayah

Makassar dan sekitarnya mencapai Rp 242,24 miliar sepanjang 2013, atau tumbuh 18,4 persen dibandingkan dengan pencapaian tahun sebelumnya yang sebesar Rp 184,34 miliar. Seluruh pembiayaan ULaMM tersebut dimanfaatkan oleh 4.952 pelaku UMKM, meningkat 25 persen jika dibandingkan jumlah nasabah ULaMM pada 2012 yang sebanyak 3.963 nasabah. PNM Cabang Makasar membagi kendali operasional dari 45 *outlet* ULaMM di Sulawesi ke dalam delapan klaster, yakni Ambon, Bone, Luwuk, Makassar, Mamuju, Palopo, Palu, dan Parepare. ([www.pnm.co.id](http://www.pnm.co.id)).

UKM yang akan peneliti teliti yaitu UKM dikota makassar, di bidang Usaha makanan/minuman (kuliner) yang merupakan usaha yang selalu laku dan tidak pernah ketinggalan jaman. Usaha makanan/minuman menjadi sektor yang sangat strategis dalam meningkatkan perekonomian daerah dan menyerap tenaga kerja, Sebab hal tersebut telah menjadi takdir manusia yang selalu membutuhkan makanan setiap harinya. Kendati telah banyak dilakukan, namun tetap saja relevan untuk diteliti sebab alasan logisnya yaitu UKM diberbagai daerah mempunyai karakteristik yang berbeda, dan cara mengolahnya juga berbeda meskipun umumnya profil mereka sama.

Adapun variabel yang akan digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan dalam penelitian ini yaitu orientasi kewirausahaan dan inovasi produk. Adapun alasan peneliti menggunakan variabel ini, karena variabel tersebut telah digunakan oleh beberapa peneliti terdahulu namun mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Peneliti tersebut diantaranya yaitu Heri setiawan (2012), Adwiani sinarasri (2013), Rita indah muskowati, irma tysari (2014) yang menemukan bahwa orientasi

kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, begitupun dengan inovasi produk yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan Cynthia (2014) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, namun jika di uji secara bersama-sama antara orientasi kewirausahaan dan inovasi produk maka akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Begitupun dengan penelitian Rewanda (2011) yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat rancangan judul penelitian “ **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah orientasi kewirausaha dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap kinerja ukm kota makassar?
- 2) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja ukm kota makassar?
- 3) Apakah inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kinerja ukm kota makassar?

## C. Hipotesis

### 1. Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

Orientasi kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan usaha. Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari *need for achievement*, *internal locus of control*, *self reliance*, *extroversion* diyakini mampu mendongkrak kinerja perusahaan. Hal tersebut dikuatkan oleh Covin dan Slevin (1991) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Adapun Inovasi juga merupakan komponen yang sangat penting dalam upaya pengembangan usaha. Tanpa adanya inovasi, suatu usaha akan sulit untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain.

$H_1$  = Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi Produk terhadap kinerja ukm kota makassar

### 2. Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Perusahaan

Lee dan Tsang (2001) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dapat ditentukan berdasarkan pada empat dimensi yaitu *need for achievement*, *internal locus of control*, *self reliance* dan *extroversion*. Wiklund (1999), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha juga disampaikan oleh Covin dan Slevin (1991). Adapun Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andwiani sinarsi (2013) menunjukkan pengaruh signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.

Dan dalam penelitian Baum *et al* (2001) menyatakan bahwa kewirausahaan berperanguh langsung terhadap kinerja usaha di dalam elemen kewirausahaan seperti *internal locus, need for echievement, extroversion, education experience* dan *self reliance* mempengaruhi pertumbuhan usaha.

H<sub>2</sub> = Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja ukm kota Makassar

### 3. Inovasi Produk dan Kinerja Perusahaan

Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Inovasi produk adalah aktivitas inovasi dan pengembangan produk yang dikaitkan dengan kinerja, dimana merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam peningkatan produktivitas dan persaingan global (song dan parry, 1997 hal.64). Dengan inovasi, wirausahawan dapat menciptakan baik sumberdaya produksi baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada. Dewasa ini inovasi produk sangat dibutuhkan untuk survive di dalam dunia usaha, agar tidak terjadi kejenuhan produk. Adapun Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rita indah mustikowati dan Irma Tyasari (2004) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

H<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja ukm kota Makassar

## D. Definisi Operasional dan Deskripsi Obyek Penelitian

### 1. Definisi Operasional

#### a. Kinerja Perusahaan

Kinerja merujuk pada tingkat pencapaian ataupun prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Terdapat dua jenis pendekatan dalam mengukur kinerja, yaitu secara obyektif dan secara subyektif. Secara obyektif yaitu jenis pendekatan dengan menggunakan data-data berupa data akuntansi keuangan, sedangkan secara subyektif yaitu pendekatan mengukur kinerja perusahaan berdasarkan pada persepsi dari para manajer terhadap kinerja perusahaan.

#### b. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah perilaku wirausahawan dalam mengelola usahanya. Orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetensi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai empat aspek kewirausahaan, yaitu *Need for achievement* (Keinginan untuk mencapai keberhasilan), *Internal locus of control* (keyakinan individu mengenai peristiwa-peristiwa yang berpengaruh dalam kehidupannya akibat tingkah lakunya sehingga dapat di kontrol), *self reliance* (kemandirian), dan *extroversion* (keterbukaan terhadap lingkungan).

#### c. Inovasi Produk

Inovasi adalah kecenderungan perusahaan untuk menambah produk baru, meniru produk lain (imitasi), dan mengembangkan produk baru (perluasan lini produk).

**Tabel 1.1 Indikator-indikator variabel**

No	Variabel	Indikator	Sumber	Skala Penelitian
1.	Orientasi Kewirausahaan (X <sub>1</sub> )	1. <i>Need for Achievement</i> 2. <i>Internal locus of control</i> 2. <i>Self Reliance</i> 3. <i>Extroversion</i>	Lee & Tsang (2001)	Skala Likert 1-5 (Sangat tidak setuju-sangat setuju)
2.	Inovasi Produk (X <sub>2</sub> )	1. Perluasan Lini Produk 2. Produk Imitasi/tiruan 3. Produk Baru	LuKas & Farrel (2000)	Skala Likert 1-5 (Sangat tidak setuju-sangat setuju)
3.	Kinerja Perusahaan (Y)	1. Perspektif Keuangan 2. Perspektif pelanggan 3. Perspektif Bisnis internal 4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran	Kaplan & Norton (1996)	Skala Likert 1-5 (Sangat tidak setuju-sangat setuju)

## 2. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah usaha kecil dan menengah yang berada di kota Makassar, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Tahun 2014 serta data dari perkumpulan kuliner di kota Makassar.

## E. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian tentang pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan sudah banyak dilakukan namun memberikan hasil yang beragam, ada yang berpengaruh

positif, ada yang tidak berpengaruh (tidak signifikan). Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dimana yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang ialah Usaha kecil menengah yang telah terdaftar usahanya di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar pada tahun 2011-2015 maupun yang belum terdaftar. Selain itu, peneliti menggabungkan variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

Beberapa hasil pengujian dan penelitian terdahulu dapat dilihat dari Tabel 2.1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

Nama	Judul	Hasil	Alat Analisis
Heri Setiawan (2012)	Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan berorientasi terhadap pasar maka perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk songket. serta Inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan terbukti mampu meningkatkan keuntungan yang dicapai perusahaan, melalui produk yang diciptakan oleh perusahaan.	Uji Reliabilitas , Uji Validitas, dan F-test untuk menguji apabila variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan dengan variabel terikat (Y).



Andwiani Sinarasri (2013)	Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner Di Semarang)	hasil uji SPSS menunjukkan pengaruh positif signifikan atas variable orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan. signifikan pada level 5% ( $p < 0,05$ ),	Skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran ordinal.
Cynthia Vanessa Djodjobo Hendra N. Tawas (2014)	Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat	Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing namun penyatuan orientasi kewirausahaan dengan inovasi produk memberi pengaruh yang lebih kuat terhadap keunggulan bersaing	Pengolahan data diawali dengan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur lewat uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, uji normalitas data serta analisa jalur substruktur 1 dan substruktur 2, dengan bantuan program SPSS 22.0

Rita Indah Mustikowati, Irma Tysari (2014)	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang)	Dari hasil uji hipotesis membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara langsung dan positif terhadap kinerja perusahaan. Temuan lain yang dihasilkan dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh secara langsung dan positif terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya, hasil penelitian ini juga menemukan bahwa strategi bisnis akan mempengaruhi pencapaian kinerja perusahaan. Hal ini bermakna bahwa semakin kuat orientasi kewirausahaan, inovasi dan strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi dan strategi bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan.	Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda dengan menggunakan software <i>SPSS</i> versi 16.
Reswanda (2011)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pembelajaran	Hasil penelitian yaitu orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM,	Metode penelitian yang digunakan adalah <i>Structural Equation Model</i> .

	Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo	Pembelajaran organisasi berpengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM, keunggulan daya saing berkelanjutan berpengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM,	
--	---	---	--

## **F. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap kinerja ukm kota makassar, apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja ukm kota Makassar, dan apakah inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kinerja ukm kota makassar, baik pada UKM yang telah terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar pada tahun 2014 maupun yang belum terdaftar.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Perusahaan**

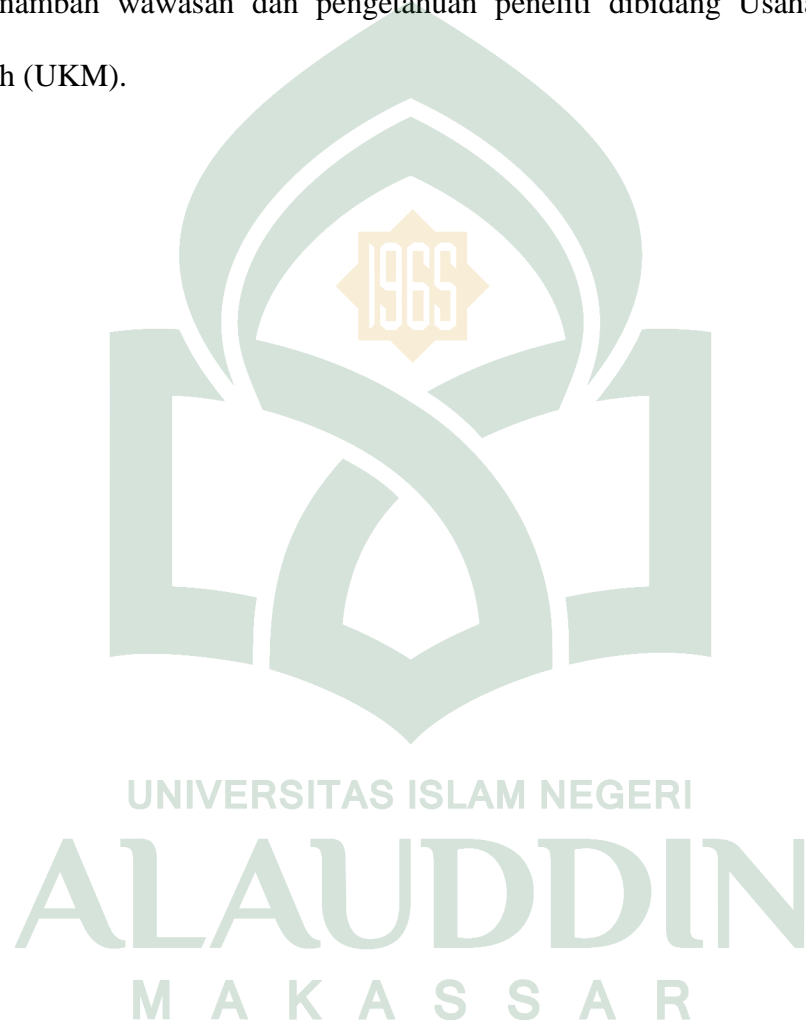
Sebagai tambahan informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan dalam hal penetapan kebijakan tentang pengembangan strategi dimasa yang akan datang.

b. Akademisi

Dapat menambah kepustakaan dalam bidang ilmu pengetahuan khususnya dibidang ekonomi dan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

c. Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dibidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM).



## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORI**

#### **A. Usaha Kecil Menengah (UKM)**

##### **1. Wirausaha Dalam Perspektif Islam**

Pengertian wiraswasta atau wirausaha adalah orang yang berani membuka lapangan pekerjaan dengan kekuatan sendiri, yang pada gilirannya tidak saja menguntungkan dirinya sendiri tetapi juga menguntungkan masyarakat karena dapat menyerap tenaga kerja yang memerlukan pekerjaan (Ma'ruf Abdullah, wirausaha berbasis syariah, 2011:1). Sejarah Islam telah mencatat bahwa *Entrepreneurship* telah dimulai sejak lama, pada masa Adam AS. Dimana salah satu anaknya Habil berwirausaha dengan bercocok tanam dan Qabil berwirausaha dengan menggembala hewan ternak. Banyak sejarah nabi yang menyebutkan mereka beraktivitas di kewirausahaan, sebagian dari mereka berwirausaha di sektor pertanian, peternakan, kerajinan dan bisnis perdagangan. Contoh yang paling nyata adalah Nabi Muhammad SAW, awalnya beliau terlibat di bisnis dengan memelihara dan menjual domba, kemudian membantu bisnis pamannya dan akhirnya memimpin bisnis saidatin khadijah.

Dalam pandangan Islam, bekerja dan berusaha termasuk berwirausaha dapat dikatakan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena bekerja dan berwirausaha merupakan salah satu tugas manusia sebagai khalifah fil Ardh. Allah memberikan kepercayaan kepada manusia untuk menjadi khalifah di bumi ini bukan hanya semata-mata memikirkan perkara akhirat saja, tetapi

manusia diberi tanggung jawab oleh Allah SWT untuk menjaga dan mengelola apa yang telah Allah rizkikan kepada mereka untuk memenuhi kebutuhannya melalui beberapa usaha, salah satunya dengan entrepreneurship yakni berwirausaha. Selain itu, islam menetapkan kerja (amal) sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap orang sesuai dengan kapasitas dan kemampuan dirinya bukan hanya sebatas itu, islam juga telah mengangkat kerja (amal) pada level kewajiban dengan menyebutkan kerja (amal) itu secara konsisten sebanyak 50 kali yang digandengkan dengan iman, alladzina amanu wa 'amilual-shalihah (Ma'ruf Abdullah, wirausaha berbasis syariah, 2011 hal. 3-11). Terdapat beberapa ayat Al-Qur'an maupun Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat bekerja mencari rezki.

Firman Allah dalam surat Al-Qashash:77

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ اتِّلَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemahnya:

77. Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan (Departemen Agama:1971, hal.623).

Maksud ayat diatas yaituhidup duniawi dan ukhrawi merupakan satu kesatuan. Dunia adalah tempat menanam dan akhirat adalah tempat menuai. Segala sesuatu yang kita tanam selama ini di dunia, akan kita peroleh buahnya di akhirat kelak. Islam pada hakikatnya tidak mengenal amal dunia dan akhirat. Ayat di atas juga menggaris bawahi pentingnya mengarahkan pandangan kepada akhirat sebagai tujuan dan keadan dunia sebagai sarana untuk mencapai tujuan.

Dari Abu Hurairah Radhiyallahu ‘anhu ia berkata bahwa Rasulullah SAW Bersabda:

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ : لَا يَحْتَطِبُ أَحَدُكُمْ حِزْمَةَ إِلَى ظَهْرِهِ خَيْرَ لَهُ مِنْ أَنْ يَسْأَلَ أَحَدًا فَيُعْطِيهِ أَوْ يَمْنَحَهُ (رواه مسلم)

Artinya:

Sesungguhnya, seorang dari kalian pergi mencari kayu bakar yang dipikul diatas pundaknya itu lebih baik daripada meminta-minta kepada orang lain, baik diberi atau tidak. (HR Muslim, no.2379)

## 2. Pengertian Usaha Kecil Menengah

UKM adalah kumpulan perusahaan, yang heterogen dalam ukuran dan sifat, dimana apabila dipergunakan secara bersama akan mempunyai partisipasi langsung dan tidak langsung yang signifikan dalam produksi nasional, penyerapan tenaga kerja dan penciptaan lapangan kerja (Kuwayama, 2001). Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan sebuah istilah yang mengacu pada usaha berskala kecil yang memiliki kekayaan bersih maksimal sekitar Rp 200.000.000, belum termasuk tanah dan bangunan. UKM merupakan salah satu contoh dari badan usaha perseorangan dimana didirikan dan dimiliki oleh satu orang saja. Menurut Keppres RI No. 99 tahun 1998, UKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dimana tipe bidang usahanya bersifat heterogen serta perlu dilindungi oleh pemerintah untuk mencegah persaingan yang tidak sehat. (P.U.P.U.K perkumpulan untuk peningkatan usaha kecil, *the association advancement of small business*).

Selain itu terdapat karakteristik lain tentang UMKM yaitu:

### a. Usaha Mikro

- 1) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat

Berganti

- 2) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah  
Tempa
- 3) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha
- 4) Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai
- 5) Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah
- 6) Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank
- 7) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP

b. Kriteria Usaha Kecil

- 1) Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah
- 2) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah
- 3) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha
- 4) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP
- 5) Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirasaha
- 6) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal
- 7) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti *business planning*



c. Usaha Menengah

- 1) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan
- 2) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan
- 3) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, dan upaya pengelolaan lingkungan
- 4) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan
- 5) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik

**3. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, Menengah**

Adapun Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Berdasarkan UU Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) No. 20 Tahun 2008 menetapkan kriteria UMKM (Saiman, Leonardus, KEWIRUSAHAAN, Teori, Praktik dan Kasus kasus, Jakarta, Salemba empat, 2011) sebagai berikut:

a. Kriteria Usaha Mikro

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000.- (lima puluh juta rupiah) diluar tanah dan bangunan tempat usah
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.- (tiga ratus juta rupiah)

b. Kriteria Usaha Kecil

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000.-(lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000.-(lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000.-(tiga ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp.2.500.000.000.-(dua milyar lima ratus juta rupiah)

c. Kriteria Usaha Menengah

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000.-(lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000.-(sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000.-(dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp.50.000.000.000.-(lima puluh milyar rupiah).

**4. Kelebihan Usaha Kecil dan Menengah**

Pada kenyataanya, Usaha Kecil dan Menengah mampu tetap bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang mengakibatkan inflasi maupun berbagai faktor penyebab lainnya. Walaupun tanpa subsidi dan proteksi Usaha Kecil di Indonesia mampu berperan sebagai buffer (penyangga) dalam perekonomian masyarakat lapisan bawah. Secara umum perusahaan skala kecil baik perorangan maupun kerjasama memiliki kelebihan (Harimurti, Manajemen Usaha Kecil, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM, 2009, hal.6) seperti: Pemilik merangkap manajer perusahaan yang bekerja sendiri dan memiliki gaya manajemen sendiri, (merangkap semua fungsi manajerial seperti marketing, *finance* dan administrasi),

perusahaan keluarga, dimana pengelolaanya mungkin tidak memiliki keahlian manajerial yang handal, sebagian besar membuat lapangan pekerjaan baru, inovasi, sumber daya baru serta barang dan jasa-jasa baru. Resiko usaha menjadi beban pemilik, pertumbuhan yang lambat, tidak teratur, terkadang cepat dan premature, fleksibel terhadap bentuk fluktuasi jangka pendek, namun tidak memiliki rencana jangka panjang, independen dalam penentuan harga produksi atau barang atau jasanya, prosedur hukumnya sederhana, pajak relatif ringan, Kontak – kontak dengan pihak luar bersifat pribadi, mudah dalam proses pendiriannya, mudah di bubarkan setiap saat jika dikehendaki, pemilik mengelola secara mandiri dan bebas waktu, pemilik menerima seluruh laba, umumnya mempunyai kecenderungan mampu untuk survive, merupakan tipe usaha yang paling cocok untuk mengelola produk, jasa atau proyek perintisan yang sama sekali baru atau belum pernah ada yang mencobanya, sehingga memiliki sedikit pesaing, diversifikasi usaha terbuka luas sepanjang waktu dan pasar, konsumen senantiasa tergali melalui kreatifitas pengelola, relatif tidak membutuhkan investasi yang terlalu besar, tenaga kerja yang tidak berpendidikan tinggi, serta sarana produksi lainnya yang tidak terlalu mahal.

### **5. Hambatan Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah**

Adapun hambatan-hambatan dari usaha kecil menengah itu sendiri, yaitu sebagai berikut: (a) Lemahnya manajemen (b) Keterbatasan kemampuan dalam penetrasi pasar, baik dalam negerimaupun luar negeri (c) Kurangnya akses teknologi *modern* (d) Kurangnya akses ke bahan baku (e) Kurangnya akses untuk memperoleh modal.

## 6. Strategi dalam pengembangan UKM

Menurut Tiktik Sartika dan Soejoedono (2002) strategi dalam pengembangan UKM antara lain adalah: Melalui Kemitraan Usaha, Permodalan UKM dan Modal Ventura.

### B. Orientasi Kewirausahaan

#### 1. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Orientasi adalah peninjauan untuk menentukan sikap (arah, tempat, dan sebagainya) yang tepat dan benar serta pandangan yang mendasari pikiran, perhatian atau kecenderungan (Sumber: Eko sujatmiko, kamus IPS, Surakarta: Aksara Sinergi Media Cetakan I, 2014 halaman 216). Sedangkan kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Suryana (2013:2) Sedangkan menurut Thomas W. Zimmerer (1996) dalam Suryana dkk. (2011:1) mengatakan kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin serta proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*created new and different*). Melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Kewirausahaan pada dasarnya adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan

yang lebih baik atau memperoleh keuntungan yang besar. Definisi lain, menurut Komaruddin (2008) yang menyatakan Entrepreneur disebut sebagai pengusaha, usahawan, wirausaha. Adapun Menurut Sudjana dalam Isa (2011), kewirausahaan merupakan sikap dan perilaku wirausaha. Wirausaha ialah orang yang inovatif, antisipatif, inisiatif, pengambil risiko dan berorientasi laba (Untoro dan Tim Guru Indonesia : 2010, hal.55).

Kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya-upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Sedangkan pengertian orientasi menurut Hariandja (2007, p.153), orientasi merupakan suatu program untuk memperkenalkan pegawai baru pada peran-peran mereka, organisasi, kebijaksanaan-kebijaksanaannya, nilai-nilai, dan keyakinan-keyakinan pada rekan kerja mereka. Konsep kewirausahaan pada dasarnya merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh (Peter F. Drucker : 1994) dalam Suryana (2013:10). Secara terperinci, Thomas W. Zimmerer (1996:51) mengemukakan: *“Entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problem and to exploit opportunities that people face everyday”*, yang artinya : Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari.

Yaghoobi, Salarzahi, Aramesh dan Akbari (2010) menyatakan bahwa wirausahawan adalah orang yang berani membuka kegiatan produktif yang mandiri. Jong and Wennekers (2008) menyatakan bahwa kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan. Kata kunci dari kewirausahaan adalah pengambilan resiko, menjalankan usaha sendiri, memanfaatkan peluang-peluang, menciptakan usaha baru, pendekatan yang inovatif, mandiri (misalnya tidak bergantung pada bantuan pemerintah). Baldacchino (2009) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Intinya kreativitas adalah memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kewirausahaan dari pandangan organisasi konsisten dengan pandangan Shumpeter yang berpendapat bahwa kewirausahaan pada akhirnya akan didominasi oleh perusahaan yang mampu menyediakan sumber daya yang lebih untuk inovasi (Sembhi 2002:1). Shumpeter memberikan beberapa alasan yang menarik mengapa perusahaan dapat meningkatkan aktivitas kewirausahaannya. Shumpeter (1942) menjelaskan bahwa seorang wirausahawan dapat menciptakan keuntungan yang

besar, semakin banyak wirausahawan yang berinovasi, maka ekonomi secara keseluruhan akan semakin baik pula.

Orientasi kewirausahaan adalah perilaku wirausahawan dalam mengelola usahanya (Norman dan Thomas W: 1993, Hal.5). Messegghem (2009) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan dalam melihat peluang usaha baru. Selain itu, Orientasi kewirausahaan juga diartikan sebagai orientasi perusahaan yang memiliki prinsip pada upaya untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi kesempatan, Lumpkin dan Dess (1996). Miller (1983) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai orientasi untuk menjadi yang pertama dalam hal inovasi di pasar, memiliki sikap untuk mengambil risiko, dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi di pasar. Miller dan Friesen (1983) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi lebih kuat dibandingkan perusahaan lain. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani untuk mengambil risiko, dan tidak hanya bertahan pada strategi masa lalu. Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Carson (2002) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai upaya mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam upaya berkreasi dan berinovasi. Oleh karena itu, studi tentang kewirausahaan berkaitan dengan nilai-nilai dan kemampuan pribadi seseorang yang dinyatakan dalam wujud perilaku. Hal ini sejalan dengan yang dinyatakan oleh Day et al (2006) pada

prinsipnya orientasi kewirausahaan merupakan sifat, ciri dan watak yang memiliki kemampuan dalam mewujudkan gagasan yang inovatif ke dalam dunia nyata yang dilakukan secara kreatif atau secara singkat dikatakan sebagai *ability to create the new and different thing*. Orientasi Kewirausahaan sebagai proses, dengan gaya manajemen berorientasi aksi yang menggunakan inovasi dan perubahan sebagai fokus pemikiran dan perilaku. Ferreria dan Azevedo (2008) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan salah satu sumber daya dan kapabilitas perusahaan. Des *et all* (1997) dalam Astro (2009) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah mempunyai sikap mencari peluang, berani mengambil resiko, dan pengambilan keputusan yang didorong sifat kepemimpinan yang kuat dan memiliki nilai tertentu.

Orientasi kewirausahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam pencapaian keinginan untuk mengelola usahanya dengan memiliki sikap kemandirian (*Self reliance*), keterbukaan (*extroversion*) terhadap lingkungan sekitar agar usaha yang dirintisnya dapat berkembang, keinginan yang ingin dicapai oleh pengusaha (*need for achievement*), dan *internal locus of control* (keyakinan individu mengenai peristiwa yang berpengaruh dalam kehidupannya akibat tingkah lakunya sendiri).



## 2. Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan terbagi atas 4 Indikator Lee & Tsang (2001) antara lain:

### a. *Need for Achievement*

Menurut McClland (1987) mengatakan *need for achievement* adalah proses pembelajaran yang stabil yang mana kepuasan akan didapatkan dengan berjuang dan memenuhi level tertinggi untuk dapat menjadi ahli dibidang tertentu. Pendapat lainnya mengatakan bahwa *need for achievement* adalah keinginan untuk menantang pekerjaan yang sulit, yang mana orang yang memiliki *need for achievement* yang tinggi memiliki kontrol terhadap perilaku mereka dan menyukai tantangan yang sulit, sementara karyawan yang memiliki *need for achievement* yang rendah mudah dipuaskan dengan tantangan yang sedikit (Aamodt, 1991). Hal ini dijelaskan kembali oleh Santrok (2003) yang mengatakan bahwa *need for achievement* adalah keinginan untuk mencapai sesuatu, mencapai standar kemahiran dan meluaskan usaha untuk menjadi ahli. Cook & Hunsaker (2001) mengatakan bahwa *need for achievement* adalah motif yang dipelajari yang mana kepuasan akan didapatkan saat mengerjakan tugas yang sulit untuk mendapatkan sebuah keberhasilan. *Need for achievement* adalah keinginan untuk menguasai tantangan yang sulit, bersaing dengan orang lain, memenuhi standar yang tinggi dan memiliki keinginan untuk mahir pada bidang tertentu (Weitem, 2004). Pendapat lain mengatakan bahwa *need for achievement* adalah motif yang dipelajari yang bertujuan mencapai suatu standart keberhasilan dan keunggulan pribadi di suatu bidang tertentu (Wade & Tavis, 2008). *Need for*

*achievement* juga dapat diartikan sebagai keinginan untuk menyelesaikan suatu tugas dengan sasaran secara lebih efektif. Individu-individu yang mempunyai *need for achievement* yang tinggi cenderung menetapkan sasaran yang cukup sulit dan mengambil keputusan yang lebih beresiko (Griffin & Moorhead, 2013). Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *need for achievement* merupakan suatu dorongan untuk mencapai suatu keberhasilan dengan tantangan yang sulit, memiliki sasaran yang tepat, memilih mengambil keputusan yang beresiko dan mempertimbangan standar keahlian dan kemahiran yang harus dicapai.

b. *Internal Locus Of Control*

Lefcourt dan Martin (1983) mendefenisikan internal locus of control adalah suatu keyakinan yang dihasilkan dari interaksi antara individu dan peristiwa-peristiwa yang terjadi adalah dari individu itu sendiri. Lau (1988, h.52) mengartikan *locus of control* sebagai kontrol diri yang berkaitan dengan hal-hal yang menyangkut masalah perilaku dari individu yang bersangkutan. Individu dengan kontrol diri yang tinggi akan melihat bahwa ia mampu mengontrol perilakunya (*locus of control* internal). Pendapat tersebut didukung oleh Sarafino (1990, h.114) yang menyatakan, individu dengan *locus of control* internal yakin bahwa kesuksesan dan kegagalan yang terjadi dalam hidup tergantung pada diri sendiri. Sceibe (1978) individu dengan *internal locus of control* cenderung lebih aktif, berusaha keras, berprestasi, penuh kekuatan, tidak tergantung dan efektif (Allen, 2003:297). Philip Zimbardo (1985) salah satu ahli psikologi yang terkenal menyatakan bahwa internal *locus of control* adalah keyakinan tentang hasil

perilaku kita tergantung kepada apa yang kita lakukan. Solomon (1974) menyatakan bahwa orang yang memiliki *internal locus of control* bertanggungjawab terhadap kegagalannya. Crider (1983) seseorang dengan internal locus of control suka bekerja keras, memiliki inisiatif, selalu berusaha menemukan pemecahan masalah, selalu mencoba untuk berfikir seefektif mungkin, selalu mempunyai persepsi bahwa usaha harus dilakukan jika ingin berhasil. Phares (dalam Silalahi 2009: 30-32) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki *internal locus of control* selalu menghubungkan peristiwa yang dialaminya dengan faktor dalam dirinya karena mereka percaya bahwa hasil dan perilakunya disebabkan faktor dari dalam dirinya, faktor tersebut antara lain kemampuan, minat dan usaha. Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *internal locus of control* adalah keyakinan individu bahwa sumber penentu dari peristiwa atau kejadian dalam hidupnya dipengaruhi oleh usaha dan tingkah lakunya sendiri.

#### c. *Self Reliance*

Menurut Masrun (1986:8) *Self reliance* (kemandirian) adalah suatu sikap yang memungkinkan seseorang untuk bertindak bebas, melakukan sesuatu atas dorongan sendiri dan untuk kebutuhannya sendiri tanpa bantuan dari orang lain, maupun berpikir dan bertindak original/kreatif, dan penuh inisiatif, mampu mempengaruhi lingkungan, mempunyai rasa percaya diri dan memperoleh kepuasan dari usahanya. Mandiri adalah dimana seseorang mau dan mampu mewujudkan kehendak/keinginan dirinya yang terlihat dalam tindakan/perbuatan nyata guna menghasilkan sesuatu (barang/jasa) demi pemenuhan kebutuhan

hidupnya dan sesamanya (Antonius,2002:145). Menurut Kartini Kartono (1985:21) kemandirian seseorang terlihat pada waktu orang tersebut menghadapi masalah. Bila masalah itu dapat diselesaikan sendiri tanpa meminta bantuan dari orang tua dan akan bertanggung jawab terhadap segala keputusan yang telah diambil melalui berbagai pertimbangan maka hal ini menunjukkan bahwa orang tersebut mampu untuk mandiri. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kemandirian merupakan sikap yang memungkinkan seseorang untuk bertindak bebas, melakukan sesuatu atas dorongan sendiri dan kemampuan mengatur diri sendiri, sesuai dengan hak dan kewajibannya sehingga dapat menyelesaikan sendiri masalah-masalah yang dihadapi tanpa meminta bantuan atau tergantung dari orang lain dan dapat bertanggung jawab terhadap segala keputusan yang telah diambil melalui berbagai pertimbangan sebelumnya.

d. *Extroversion*

Menurut Stephen dan Timothy (2008:127) Dimensi ini mengungkapkan tingkat kenyamanan seseorang dalam berhubungan dengan individu lain. Individu yang memiliki sifat ekstrasversi (*Extroversion*) cenderung suka hidup berkelompok, tegas, dan mudah bersosialisasi. Costa & McCrae (1997) seseorang yang memiliki faktor *extroversion* yang tinggi, akan mengingat semua interaksi sosial, berinteraksi dengan lebih banyak orang dibandingkan dengan seseorang dengan tingkat *extroversion* yang rendah. Dalam berinteraksi, mereka juga akan lebih banyak memegang kontrol. Dalam kelompok mereka juga dianggap sebagai orang-orang yang ramah. *Extroversion* dicirikan dengan afek positif seperti memiliki antusiasme yang tinggi, senang bergaul, memiliki emosi yang positif,

energik, tertarik dengan banyak hal, ambisius, pekerja keras juga ramah terhadap orang lain. Extraversion memiliki tingkat motivasi yang tinggi dalam bergaul, menjalin hubungan dengan sesama dan juga dominan dalam lingkungannya. Jung mengatakan (dalam Hall dan Lindzey, 1978 : 125) bahwa ekstrovert adalah kepribadian yang lebih dipengaruhi oleh dunia objektif, orientasinya terutama tertuju ke luar. Pikiran, perasaan, serta tindakannya lebih banyak ditentukan oleh lingkungan.

### 3. Orientasi Kewirausahaan dalam Pandangan Islam

Adapun Kewirausahaan dan Perdagangan dalam pandangan islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah mu'amalah, yaitu masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal antar manusia dan tetap akan di pertanggung jawabkan kelak di akhirat. Manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi dan membawanya ke arah yang lebih baik serta diperintahkan untuk berusaha mencari rizki. Dari Miqdam Bin Ma'dikariba Radhiyallahu 'anhu, Bahwa Rasulullah SAW bersabda:

عن المقدام بن مديكر بن عن النبي صلى الله وسلم قال: ما أكل أحد طعاماً قط خيراً من أن يأكل من عمل يده، وإن نبي الله داود - عليه السلام - كان يأكل من عمل يده. (رواه البخاري)

Artinya:

Tidaklah seseorang mengkonsumsi makanan yang lebih baik dari makanan yang dihasilkan dari jerih payah tangannya sendiri. Dan sesungguhnya nabi Daud 'alaihissalam dahulu senantiasa makan dari jerih payahnya sendiri.(HR. Bukhari, Kitab al-Buyu', Bab Kasbir Rojuli wa 'Amalihi Biyadihi II/730 no.2072).

Dalam sebuah ayat Allah mengatakan, “Bekerjalah kamu, maka Allah dan orang-orang yang beriman akan melihat pekerjaan kamu” (Q.S. at-Taubah : 105).

Oleh karena itu, apabila shalat telah ditunaikan maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah. (Q.S. al-Jumu'ah : 10)

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Terjemahnya:

10. Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (Departemen Agama:1971, hal.933).

Maksud Ayat di atas yaitu Selain berisikan mengenai perintah melaksanakan shalat jum'at, ayat ini juga memerintahkan kepada umat islam untuk berusaha atau bekerja mencari rezeki. Manusia diperintahkan untuk melakukan keseimbangan antara kehidupannya di dunia serta kehidupannya di akhirat kelak.

Adapun dalam Q.S At-Taubah':105, menjelaskan tentang perintah Allah kepada manusia untuk giat bekerja dan beramal.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Terjemahnya:

105. Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan (Departemen Agama:1971, hal.298).

Maksud Ayat di atas yaitu Allah perintahkan kepada manusia agar memanfaatkan kesempatan hidupnya untuk giat bekerja dan beramal. Allah swt menegaskan bahwa tidak ada 1 amal pekerjaan pun yang terlewatkan untuk

mendapatkan imbalan di hari akhir nanti, sebab semua amal dan pekerjaan kita akan disaksikan oleh Allah swt, Rasulullah saw serta orang-rang mukin lainnya.

Serta di dalam QS. Al-Baqarah: 275 dijelaskan bahwa Allah SWT telah menghalalkan kegiatan jual beli dan mengharamkan riba.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya:

275. Orang-orang yang makan (mengambil) riba [174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila [175]. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu [176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (Departemen Agama:1971, hal.69).

Penjelasan Ayat:

[174] Riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhl. riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya Karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. riba yang dimaksud dalam ayat Ini riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman Jahiliyah.

[175] Maksudnya: orang yang mengambil riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.

[176] riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan(Departemen Agama:1971, hal.69).

Adapun maksud dari ayat di atas yaitu, dijelaskan bahwa Allah SWT telah menghalalkan kegiatan jual beli dan mengharamkan riba. Adapun alasan di haramkannya Kegiatan riba ini, sebab riba sangat merugikan. Riba membuat

kegiatan perdagangan tidak dapat berkembang. Disebabkan karena uang dan modal hanya berputar pada satu pihak saja yang akhirnya dapat mengeksploitasi masyarakat yang terdesak kebutuhan hidup.

### **C. Inovasi Produk**

#### **1. Pengertian Inovasi Produk**

Prokosa (2005) inovasi adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Rogers (1983 dalam Hadjimanolis, 2000) mengartikan inovasi sebagai tingkat dimana seorang individu atau unit mengadopsi ide atau gagasan baru yang relatif lebih dahulu dibanding anggota lain dalam suatu sistem. Sementara (Drucker, 2008:10) Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Inovasi lebih dari sekedar ide/gagasan murni yang memegang peranan penting, tetapi juga fikiran kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Baldacchino (2009) menyatakan bahwa inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Intinya inovasi adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003) inovasi yaitu sebagai kemampuan untuk



menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

Drucker (1954, dalam Suhendro, 2010) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Dourgerty (1996) dalam Suhendro (2010) inovasi produk adalah suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, serta persaingan. Menurut Crawford & De Benedetto (2000:9) inovasi produk adalah “Inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya. Song dan Parry (1997, hlm.64) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan sebuah produk baru (hingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibanding dengan produk lain sejenis). Untuk menunjang kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan global, tentu dibutuhkan inovasi. Inovasi tersebut dilakukan guna menjadikan produk perusahaan semakin unggul. Sebab pasar mampu mengetahui mana produk yang terus mengalami inovasi dan mana yang hanya berkutat di spesifikasinya saja. Inovasi dalam dunia bisnis tentu sangat penting, karena inovasi dapat menciptakan sesuatu yang baru dari sebuah produk, tampilan, system, proses, dan lain sebagainya.

Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya

akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan ingin berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Selain Perusahaan yang terus melakukan inovasi terhadap produknya adalah perusahaan yang telah siap menghadapi persaingan dengan produk yang unggul. Semakin banyak inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan, semakin tinggi tingkat keunggulan bersaing perusahaan tersebut. Pada dasarnya, inovasi dalam dunia bisnis tercipta dari berbagai hal, antara lain: persaingan yang sangat ketat, produk yang sejenis banyak yang meniru, sistem yang digunakan belum efisien, pendapatan yang stabil atau tidak ada peningkatan, dan juga bisa tercipta karena tuntutan kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah mengikuti jaman. Kebutuhan dan selera konsumen akan suatu barang atau jasa selalu berubah mengikuti perkembangan jaman dan teknologi. Namun seiring dengan perkembangan yang terjadi, pengertian inovasi dipandang sebagai mekanisme perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungannya yang dinamis. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah memaksa perusahaan untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru, dan menawarkan produk inovatif yang bertujuan untuk dapat memiliki keunggulan bersaing pada produknya, dalam rangka meningkatkan kinerja pemasaran. Seperti yang dinyatakan oleh Ginanjar (2010), bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM), keberhasilan dalam pengembangan inovasi produk baru berarti UKM tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya.

## 2. Pentingnya Melakukan Inovasi Produk

Keeh, et.al (2007) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

- a. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong *entrepreneur* untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
- b. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
- c. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.
- d. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinu.
- e. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

### 3. Indikator Inovasi Produk

Lucas & Farrel (2000) mendefenisikan bahwa inovasi sebagai proses dalam membawa teknologi yang baru untuk ditanggap. Inovasi dapat dipisahkan menjadi 3 indikator, yaitu:

#### a. Perluasan Lini Produk

Lukas dan Ferrel (2000:240) perluasan lini produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar. Saladin (2003) Perluasan lini produk adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk menambah produk baru yang memiliki hubungan yang erat karena memiliki fungsi serupa, dijual pada kelompok konsumen yang sama, dipasarkan melalui saluran distribusi yang sama dengan skala harga jual tertentu. *Line Extension*/Perluasan Lini Produk menggunakan nama merek yang sudah dikenal oleh konsumen untuk memperkenalkan tambahan variasi seperti rasa baru, warna, ukuran kemasan dan sebagainya pada suatu kategori produk dengan nama merek yang sama. Perusahaan dapat memperluas lini produk yang ditawarkan dipasar melalui program pengembangan produk dengan dua alternatif utama yaitu Perluasan lini produk secara vertikal, yaitu menambah suatu produk baru pada tingkatan harga yang berbeda sedangkan perluasan lini produk secara horizontal, yaitu menambah suatu produk baru dengan karakteristik berbeda pada tingkat harga relatif sama. Kotler (2000) Perluasan lini dapat dilakukan para pelaku usaha dengan cara menambahkan varian baru pada produk mereka. Hal ini sengaja dilakukan untuk memperluas target pasar yang mereka bidik dan menguatkan merek tersebut di kalangan masyarakat luas.

b. Produk Tiruan/Imitasi

Imitasi berasal dari bahasa Inggris, *imitation* yang artinya tiruan atau peniruan. Lukas dan Ferrel (2000:240) produk tiruan merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar. Faktor imitasi mempunyai peran yang sangat penting dalam proses interaksi. Tindakan meniru dilakukan dengan belajar dan mengikuti perbuatan orang lain yang menarik perhatiannya. Gerungan (1966:36) Imitasi tidak berlangsung secara otomatis melainkan dipengaruhi oleh sikap menerima dan mengagumi terhadap apa yang diimitasi. Hariyanto (2011) Imitasi merupakan suatu tindakan sosial seseorang untuk meniru sikap, tindakan, atau tingkah laku orang lain.

c. Produk Baru

Lukas dan Ferrel (2000:240) produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun pasar. Gary Armstrong (1997) Produk baru adalah produk asli, hasil pengembangan produk, modifikasi produk, dan merek baru yang dikembangkan perusahaan melalui upaya penelitian dan pengembangannya sendiri. Fandy Tjiptono (1997) mengartikan produk baru dapat meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, serta merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Sedangkan Irawan dan Basu Swastha DH (2000) dalam bukunya Manajemen pemasaran modern menyatakan bahwa produk baru dapat didefinisikan sebagai barang dan jasa yang pada pokoknya berbeda dengan produk yang telah dipasarkan oleh sebuah perusahaan.

#### 4. Inovasi Produk Dalam Pandangan Islam

Jauh sebelum pakar-pakar manajemen menemukan konsep kreatif dan inovatif untuk urusan duniawi, islam sudah mengajarkan konsep ini dengan jelas.

Perhatikan Ayat berikut: (QS. Ar-Ra'd : 11)

Firman Allah SWT:

لَهُمْ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Terjemahnya:

11. Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah [767]. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan [768] yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia (Departemen Agama:1971, hal.370).

Penjelasan Ayat:

[767] Bagi tiap-tiap manusia ada beberapa malaikat yang tetap menjaganya secara bergiliran dan ada pula beberapa malaikat yang mencatat amalan amalannya. dan yang dikehendaki dalam ayat Ini ialah malaikat yang menjaga secara bergiliran itu, disebut malaikat Hafazhah.

[768] Tuhan tidak akan merobah keadaan mereka, selama mereka tidak merobah sebab-sebab kemunduran mereka (Departemen Agama:1971, hal.370).

Adapun maksud dari ayat di atas yaitu pesan ini mengandung motivasi untuk inovatif dengan merubah manajemen dan sistem agar tidak tertinggal ketika yang lain maju. Bahkan dengan selalu berinovasi maka kita akan menjadi yang terdepan.

Daya kreatifitas dan daya inovasi yang dikehendaki oleh al-qur'an, adalah yang baik (al-khair). Diharapkan, dengan lahirnya daya kreatif dan daya inovatif

yang baik. Seorang kreator atau seorang inovator akan mendapatkan kemenangan.

Abî Mas'ud Uqbah bin Amr al-Ansari, mengatakan Rasûlullâh bersabda:

و عن أبي مسعود عقبة بن عمرو الأنصاري رضي الله عنه قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم من دل على خير قلبه مثل فاعله (روه مسلم)

Artinya:

Barangsiapa yang menunjukkan sesuatu yang baik dia akan mendapatkan pahala seperti orang yang mengerjakannya. (HR Muslim 8/61)

Jelaslah, dinul Islam sangat mendorong, agar kaum muslimin mukmin menjadi kaum yang kreatif dan penuh inovatif. Seorang kreator dan seorang inovator yang di dalam berkreasi dan berinovasi tidak bertentangan dengan Neraca Syariat, atau menyelisihi sunnah Rasulullah SAW.

#### **D. Kinerja Perusahaan**

##### **1. Pengertian Kinerja Perusahaan**

Kinerja merujuk pada tingkat pencapaian ataupun prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Menurut Chandler dan Hanks, (1993) terdapat 2 jenis pendekatan dalam mengukur kinerja, yaitu: Secara obyektif dan secara subyektif. Secara obyektif yaitu jenis pendekatan dengan menggunakan data-data berupa data akuntansi keuangan. Sedangkan secara subyektif yaitu pendekatan untuk mengukur kinerja perusahaan berdasarkan pada persepsi dari para manajer terhadap kinerja perusahaan. Namun menurut sapienza et al (1998), terdapat kendala/kekurangan jenis pendekatan secara obyektif yaitu : (1) Cenderung ada manipulasi angka di pihak manajemen, (2) manajer/pemilik keberatan untuk memberikan informasi dan data-data keuangan (Kondisi ini lazim ditemui pada penelitian terhadap perusahaan-perusahaan kecil). Untuk itu, Beal (2000) dan Covin (1991) menyatakan bahwa

untuk mengantisipasi tidak tersedianya data-data kinerja perusahaan secara obyektif dalam sebuah penelitian, dimungkinkan untuk menggunakan ukuran kinerja secara subyektif yang didasarkan pada persepsi manajer.

JGlucck (2009) mengemukakan bahwa kinerja merujuk pada tingkat pencapaian prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam berkembangnya perusahaan. Di sisi lain, kinerja suatu bisnis merupakan hasil-hasil fungsi pekerjaan kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu. Adapun fungsi pekerjaan yang terkait dengan kinerja bisnis yaitu strategi perusahaan, pemasaran, operasional, sumber daya manusia dan keuangan (Pandutika, 2013). Campbell, et. al (Cascio, 1998) menyatakan bahwa kinerja sebagai sesuatu yang tampak, dimana individu relevan dengan tujuan organisasi. Bernardin & Russell (1998), Cascio (1998), kinerja adalah catatan mengenai akibat-akibat yang dihasilkan pada sebuah fungsi pekerjaan atau aktifitas selama periode tertentu yang berhubungan dengan tujuan organisasi. Miner (1992), kinerja merupakan suatu yang lazim digunakan untuk memantau produktifitas kerja sumber daya manusia baik yang berorientasi produksi barang, jasa maupun pelayanan. Mc Cloy et. al, Schultz, Cherington, Motowidlo & Van Scotter (1994), mengatakan bahwa kinerja juga bisa berarti perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan yang relevan terhadap tercapainya tujuan organisasi (*goal-relevant action*). Menurut Welbourne et. al, (1998) dalam Rotundo & Sackett (2002), kinerja tugas merupakan peran pekerjaan yang digambarkan dalam bentuk kualitas dan kuantitas hasil dari pekerjaan tersebut. Ratundo & Sackett (2002),



mendefinisikan bahwa kinerja merupakan semua tindakan atau perilaku yang dikontrol oleh individu dan memberikan kontribusi bagi pencapaian tujuan-tujuan dari organisasi.

Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam usaha untuk memenuhi kepentingan para anggotanya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan merupakan prestasi manajemen. Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan diukur karena dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan. Dari sudut pandang teoritis, beberapa penulis memberikan artikulasi kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda. Secara komprehensif, Wita (2000) menjelaskan kinerja sebagai suatu keterkaitan antara variabel perilaku (*processes*), *output* dan *outcomes* (*value added or impact*). Chakravarthy (1986) menyatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan sebuah konstruk yang secara umum dipergunakan untuk mengukur dampak dari sebuah orientasi strategi perusahaan. Pelham dan Wilson (1996) mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai sukses produk baru dalam pengembangan pasar, di mana kinerja perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar.

Baird (1986) mengartikan kinerja sebagai tindakan (kata kerja) bukan sebagai peristiwa (kata benda). Kinerja merupakan suatu tindakan yang terdiri atas beberapa unsur dan bukan hasil dalam sekejap saja. Kinerja merupakan sebuah konsep multidimensional dan hubungan antara orientasi wirausaha dan kinerja dapat tergantung pada indikator-indikator yang digunakan untuk mengakses kinerja (Lumpkin & Dess, 1996). Banyak kajian empiris yang melaporkan banyaknya perbedaan indikator-indikator kinerja (misalnya kajian Combs, Crook & Shook, 2005; Venkataraman & Ramanujam, 1986); umumnya adalah perbedaan antara ukuran kinerja finansial dan kinerja nonfinansial. Simamora (2001:327) mengatakan bahwa kinerja merupakan suatu pencapaian persyaratan-persyaratan pekerjaan tertentu yang akhirnya secara langsung dapat tercermin dari *output* yang dihasilkan baik jumlah maupun kualitasnya. Output yang dihasilkan sebagaimana yang dikatakan Simamora di atas dapat berupa fisik maupun nonfisik. Hal ini ditegaskan oleh Nawawi (1997:234) yang menyebut kinerja dengan istilah karya, yaitu suatu hasil pelaksanaan suatu pekerjaan, baik bersifat/material maupun non fisik/non material. Pada organisasi kerja dimana outputnya dapat teridentifikasi secara individu dalam bentuk kuantitas seperti pabrik rokok, indikator kinerja pekerjaannya dapat diukur dengan mudah, yaitu dari besarnya output yang dicapainya dalam kurun waktu tertentu. Namun pada unit kerja kelompok atau tim, kinerja tersebut agak sulit teridentifikasi secara kuantitas secara individual.

Pengukuran kinerja non finansial yaitu mengukur sasaran (*goals*) usaha seperti misalnya kepuasan dan tingkat keberhasilan di lingkup global yang bisa dicapai oleh para pemilik atau para manajernya. Sedangkan pengukuran kinerja finansial

mengukur faktor-faktor seperti pertumbuhan penjualan dan ROI (Smith, 1976). Berkaitan dengan kinerja finansial, seringkali terjadi konvergensi yang rendah antara indikator-indikator yang berbeda (Murphy, Trailer & Hill, 1996). Pengukuran kinerja perusahaan yang terlalu ditekankan pada sudut pandang finansial sering menghilangkan sudut pandang lain yang tentu saja tidak kalah pentingnya. Seperti, pengukuran kepuasan pelanggan dan proses adaptasi dalam suatu perubahan sehingga dalam suatu pengukuran kinerja, diperlukan suatu keseimbangan antara pengukuran kinerja finansial dan pengukuran kinerja non finansial. Keseimbangan antara pengukuran kinerja finansial dan non finansial ini akan dapat membantu perusahaan dalam mengetahui dan mengevaluasi kinerjanya secara keseluruhan (Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 2, No. 1, Mei 2000: 23).

Menurut Anthony, Banker, Kaplan dan Young (1997), untuk mengukur kinerja sebaiknya menggunakan *Balanced Scorecard* yaitu suatu alat pengukur kinerja perusahaan yang mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan baik secara keuangan maupun non keuangan dengan menggunakan 4 (empat) perspektif yaitu: perspektif keuangan (*Financial*), perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. *Balanced scorecard* tidak hanya dinyatakan dalam ukuran keuangan saja, melainkan dinyatakan dalam ukuran dimana perusahaan tersebut menciptakan nilai terhadap pelanggan yang ada pada saat ini dan akan datang.

*Balanced Scorecard* merupakan konsep manajemen yang telah lama dikembangkan oleh Robert S. Kaplan dan David P. Norton (HBR, January, 1992). Sebagai perkembangan dari konsep pengukuran kinerja yang mengukur perusahaan.

Robert Kaplan mempertajam konsep pengukuran kinerja dengan menentukan suatu pendekatan efektif yang seimbang (*balanced*) dalam mengukur kinerja perusahaan. Pendekatan tersebut berdasarkan 4 perspektif yaitu keuangan (*financial*), pelanggan, proses bisnis internal dan pembelajaran serta pertumbuhan. Keempat perspektif ini menawarkan suatu keseimbangan antara tujuan jangka pendek dan jangka panjang, hasil yang diinginkan (*Outcome*) dan pemicu kinerja (*performance drivers*) dari hasil tersebut, dan tolok ukur yang keras dan lunak serta subjektif (Majalah Ilmiah Unikom, vol.6, hlm. 51-59).

## **2. Indikator Kinerja Perusahaan**

Kaplan dan Norton (1996), mengemukakan bahwa ada empat perspektif untuk membentuk kerangka kerja balanced scorecard:

### **a. Perspektif Keuangan**

Perspektif ini tetap digunakan dalam balanced scorecard karena ukuran keuangan menunjukkan apakah perencanaan dan pelaksanaan strategi perusahaan memberikan perbaikan atau tidak bagi peningkatan keuntungan perusahaan. Perbaikan ini tercermin pada sasaran-sasaran yang secara khusus berhubungan dengan keuntungan yang terukur, pertumbuhan usaha dan nilai pemegang saham. Ukuran finansial sangat penting dalam memberikan ringkasan konsekuensi tindakan ekonomis yang sudah diambil. Ukuran kinerja finansial memberikan petunjuk apakah strategi perusahaan, implementasi, dan pelaksanaannya memberikan kontribusi atau tidak kepada peningkatan laba perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan mempertimbangkan adanya tahapan dari siklus kehidupan bisnis yaitu *growth*, *sustain* dan *harvest* (Kaplan dan Norton, 2001)

tiap tahapan memiliki sasaran yang berbeda, sehingga penekanan pengukurannya pun berbeda pula. (a) *Growth* (berkembang), adalah tahapan awal siklus kehidupan perusahaan dimana perusahaan memiliki produk atau jasa yang secara signifikan memiliki potensi pertumbuhan yang baik. (b) *Sustain* (bertahan) adalah tahapan kedua dimana perusahaan masih melakukan investasi dan reinvestasi dengan mengisyaratkan tingkat pengembalian terbaik. Dalam tahap ini, perusahaan mencoba mempertahankan pangsa pasar yang ada bahkan mengembangkannya, jika mungkin. (c) *Harvest* (panen) adalah tahapan ketiga dimana perusahaan benar-benar memanen /menuai hasil investasi ditahap-tahap sebelumnya. Sasaran keuangan adalah hal yang utama dalam tahap ini, sehingga diambil sebagai tolak ukur, yaitu memaksimalkan arus kas masuk dan pengurangan modal kerja.

b. Perspektif pelanggan

Dalam perspektif ini, manajemen perusahaan harus mengidentifikasi pelanggan dan segmen pasar dimana unit bisnis tersebut akan bersaing dan berbagai ukuran kinerja unit bisnis didalam segmen pasar. Pengukuran kinerja pada perspektif ini adalah tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dengan cara mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan. Perspektif ini merupakan leading indikator. Jadi apabila pelanggan tidak puas maka mereka akan mencari produsen lain yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kinerja yang buruk dari perspektif ini akan mengurangi jumlah pelanggan dimasa depan meskipun saat ini kinerja keuangan terlihat baik.

c. Perspektif Bisnis internal

Disini manajemen mengidentifikasi proses internal bisnis yang kritis yang harus diunggulkan perusahaan. *Scorecard* dalam perspektif ini memungkinkan manajer untuk mengetahui seberapa baik bisnis mereka berjalan dan apakah produk/jasa mereka sesuai dengan spesifikasi pelanggan. Perspektif ini harus didesain dengan hati-hati oleh mereka yang paling mengetahui misi perusahaan yang mungkin tidak dapat dilakukan oleh konsultan luar.

d. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Perspektif ini mengidentifikasikan infrastruktur yang harus dibangun perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan dan kinerja jangka panjang. Sumber utama pembelajaran dan pertumbuhan perusahaan adalah manusia, sistem, dan prosedur perusahaan. Dalam perspektif ini ada 4 faktor penting yang harus diperhatikan. (1) Kapabilitas pekerja, dalam hal ini manajemen dituntut untuk memperbaiki pemikiran pegawai terhadap organisasi. yaitu bagaimana pegawai menyumbangkan segenap kemampuannya untuk organisasi. (2) Kapabilitas sistem informasi, dengan kemampuan sistem informasi yang memadai, kebutuhan seluruh tingkatan manajemen dan pegawai atas informasi yang akurat dan tepat waktu dapat dipenuhi dengan sebaik-baiknya. (3) Motivasi, kekuasaan, keselarasan, perspektif ini penting untuk menjamin adanya proses yang berkesinambungan terhadap upaya pemberian motivasi dan inisiatif yang sebesar-besarnya bagi pegawai.

### 3. Kinerja Perusahaan Dalam Pandangan Islam

Telaah teks Al- Qur'an tentang kinerja:

Firman Allah dalam Q.s An Nisaa':29-30

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ  
عُدُونَا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصْلِيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ﴿٣٠﴾

Terjemahnya:

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu [287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

30. Dan barangsiapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, Maka kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. yang demikian itu adalah mudah bagi Allah (Departemen Agama:1971, hal.122).

Penjelasan ayat:

[287] larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, Karena umat merupakan suatu kesatuan (Departemen Agama:1971, hal.122).

Adapun maksud dari ayat di atas yaitu Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian dari mereka atas sebagian yang lain dengan cara yang batil, yakni melalui usaha yang tidak diakui oleh syariat, seperti dengan cara riba dan judi serta cara-cara lainnya yang termasuk ke dalam kategori tersebut dengan menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan. Tetapi Allah menganjurkan untuk berniaga menurut peraturan yang diakui oleh syariat, yaitu perniagaan yang dilakukan suka sama suka di antara pihak pembeli dan pihak penjual dan dibolehkan mengambil keuntungan dengan cara yang diakui oleh syariat.

Dan, Firman Allah dalam Q.s Al-Ahqaaf :19

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Terjemahnya:

19. Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang Telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan (Departemen Agama:1971, hal.825).

Adapun maksud dari ayat di atas yaitu : Dari ayat tersebut bahwasanya Allah pasti akan membalas setiap amal perbuatan manusia berdasarkan apa yang telah mereka kerjakan. Artinya jika seseorang melaksanakan pekerjaan dengan baik dan menunjukkan kinerja yang baik bagi organisasinya maka ia akan mendapat hasil yang baik pula dari kerjanya dan akan memberikan keuntungan bagi organisasinya.

Dari Abu Hurairah Radhiyallahu ‘anhu, bahwa dia mendengar Rasulullah SAW bersabda:

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ: الْخَلْفُ مَتَقَّةٌ لِلْسَّلْعَةِ مَمْحَقَةٌ لِلْبُرْكَاتِ (رواه مسلم, رواه البخاري)

**Artinya:**

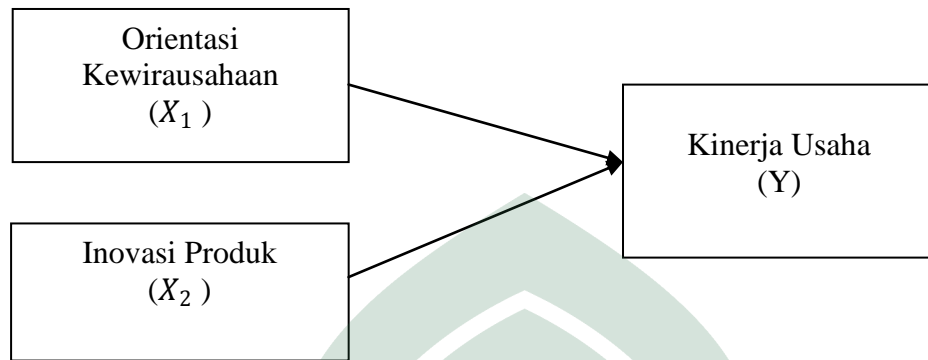
Sumpah itu (memang biasanya) melariskan dagangan jual beli namun bisa menghilangkan berkahnya (HR. Al-Bukhari no. 1945 dan Muslim no. 1606).

## E. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir berikut menjelaskan bahwa variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) dan inovasi produk ( $X_2$ ) merupakan variabel independen/variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen/terikat. Dimana kinerja ukm kota makassar (Y) merupakan variabel dependen/variabel terikat.



**Gambar 2.3 Kerangka Pikir Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah Metode kuantitatif, yaitu suatu konsep/ide diukur dengan menggunakan teknik yang menghasilkan angka-angka (Yuyun Wahyuni, SE, M.Si; Dasar-Dasar Statistik Deskriptif, 2011 hal.3). Angka ini yang dianggap mewakili konsep/ide kemudian di analisis. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Prof. Dr. Sugiyono; Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), 2014 hal.11). Adapun menurut tingkat eksplanasinya (Tingkat kejelasan) penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif, yaitu suatu rumusan masalah bersifat menayakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Prof. Dr. Sugiyono; Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), 2014 hal.61).

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi (*Population*) yaitu jumlah keseluruhan unit analisis, yaitu objek yang akan diteliti, Irwan Soehartono (2011:57). Sedangkan menurut Nurul Zuriah (2006:116), populasi adalah data yang menjadi perhatian peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Sedangkan Menurut Sugiyono (2009:80)

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah UKM kota Makassar yang bergerak di bidang Usaha kuliner (makanan/minuman) yang terdaftar di Dinas koperasi dan UMKM Kota Makassar tahun 2014 maupun yang belum terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar. Dengan jumlah populasi sebanyak 84 UKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar tahun 2014 dan 38 UKM yang belum terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut., Rosady Ruslan (2003:81). Sampel merupakan sebagian dari populasi, sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran:2006). Sampel dapat ditentukan berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode dan instrument penelitian disamping pertimbangan waktu, tenaga dan biaya. Gay dan Diehl (1992) berpendapat bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya, Pendapat mereka mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representative (benar-benar mewakili populasi) dan hasilnya dapat digeneralisir. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan dua cara, Prof. Dr. Sugiyono (2014:122) yaitu: (1) Sampling Random (*Probability sampling*), pengambilan sampel secara acak yang dilakukan dengan cara undian atau tabel bilangan acak/random atau dengan menggunakan kalkulator/komputer. Dan (2) Sampling nonrandom (*Nonprobability sampling*), yaitu pengambilan sampel secara

tidak acak. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan metode random sederhana (*simple random sampling*). Dimana random sederhana merupakan metode pengambilan sampel dimana objek-objek yang akan dijadikan sampel diambil secara acak dan tidak memperhatikan strata (tingkatan) yang ada di populasi. Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 42 responden .

### C. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Untuk menganalisisnya diperlukan sumber data sebagai berikut, Cahya suryana( 2010) Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, diskusi terfokus (*focus grup discussion*) dan penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar, buku, jurnal, dan lain-lain.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Angket (Kuesioner)**

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk menggali data sesuai dengan permasalahan penelitian. Menurut Masri Singarimbun, pada penelitian survei, penggunaan angket merupakan hal yang paling pokok untuk pengumpulan data di lapangan. Hasil kuesioner inilah yang akan diangkakan (kuantifikasi), disusun tabel-tabel dan dianalisa secara statistik untuk menarik kesimpulan penelitian. Dalam penelitian ini, jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup dimana jawaban dan pertanyaan sudah disediakan oleh peneliti. skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, skala ini disebut juga sebagai *method of summated ratings* karena nilai peringkat setiap jawaban atau tanggapan dijumlahkan sehingga mendapat nilai total (Nurul Zuriah, Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan hlm.77.) Data diolah dengan menggunakan skala Likert dengan jawaban atas pertanyaan yaitu skala nilai 1-5. Nilai yang dimaksud adalah skor atas jawaban responden, dimana nilai untuk variabel orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan kinerja perusahaan yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

a. (SS)	=Sangat Setuju	bobot jawaban 5
b. (S)	=Setuju	bobot jawaban 4
c. (CS)	=Cukup Setuju	bobot jawaban 3
d. (TS)	=Tidak Setuju	bobot jawaban 2
e. (STS)	=Sangat Tidak Setuju	bobot jawaban 1

Ciri khas dari skala Likert adalah makin tinggi skor yang diperoleh oleh seorang responden merupakan indikasi bahwa responden tersebut sikapnya makin positif terhadap obyek yang ingin diteliti oleh peneliti.

## 2. Dokumen

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan, laporan berkala, jadwal kegiatan, peraturan pemerintah, surat-surat resmi, bahkan statistik dan lain sebagainya.

## E. Teknik Analisis Data

### 1. Validitas & Reliabilitas

Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, menggunakan *software SPSS*, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan di uji

a. Uji validitas

Uji validitas untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Menilai masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation* (Bhuono Agung Nugroho, Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS .Yogyakarta : Andi Offset, 2005,h.67-68). Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *corrected item-total correlation* > dari r-tabel yang diperoleh melalui Df (*Degree of Freedom*) (Bhuono Agung Nugroho, Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS hlm.72). Pada tingkat kesalahan 5% yaitu 0.304. Jadi ketika r-hitung > dari 0.304 maka suatu butir pertanyaan dikatakan valid. Untuk menguji valid tidaknya pertanyaan dapat dilakukan melalui program komputer (*Excel Statistic Analysis & SPSS*).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analysis & SPSS*. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha* > 0,60 (Bhuono Agung Nugroho, Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS, hlm.72).

## 2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa macam asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Sehingga persamaan yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi. Asumsi-asumsi tersebut antara lain:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik. Artinya, sebelum melakukan analisis sesungguhnya data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Menurut Ghozali (2006) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Sebab, model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu: (1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal. (2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data tersebut dinyatakan tidak normal.

### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, yaitu uji Durbin Watson/DW Test, Singgih Santoso (2011). Dasar pengambilan keputusannya yaitu : (1) Apabila  $du < DW < 4-du$ , maka tidak ada



autokorelasi. (2) Apabila  $du \leq DW \leq du$  atau  $4-du \geq DW \geq 4-dl$ , maka tidak ada kesimpulan yang dapat di ambil. (3)  $Dw < dl$ , maka autokorelasi positif. (4)  $DW > 4-dl$ , maka autokorelasi negatif.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel pengganggu memiliki varian yang sama atau tidak. Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di studentized. Dasar analisisnya yaitu: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, Dwi Priyanto(2009).

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model korelasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama

dengan 0. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dengan membuat hipotesis :

(1) Tolerance value  $< 0,10$  atau  $VIF > 10$  = terjadi multikolinieritas. (2)

Tolerance value  $> 0,10$  atau  $VIF < 10$  = tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Analisis Regresi Berganda

Regresi diartikan sebagai suatu teknik analisis data yang digunakan untuk mencari pengaruh antara dua variabel atau lebih. Variabel yang dimaksudkan dalam hal ini adalah variabel bebas yang biasa disimbolkan dengan X dan variabel terikat yang disimbolkan dengan Y. Analisis regresi berganda digunakan untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat, Sugiyono (2009). Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

$Y'$  = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

$X_1$  dan  $X_2$  = Variabel independen

$a$  = Konstanta (nilai  $Y'$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

$b$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Ghazali (2009:87). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, Ghazali (2009:87).

#### 5. Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, menggunakan *software SPSS20*, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan di uji.

##### a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara

variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F bisa dilakukan dengan bantuan *software* SPSS, Sugiyono (2011).

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, Sugiyono (2011).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar**

##### **1. Visi**

Terwujudnya Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang kuat dan kompetitif bagi pengembangan daerah.

##### **2. Misi**

- a. Meningkatkan peranan dan daya dukung organisasi unit kerja bagi pengembangan kegiatan berusaha serta meningkatkan kapasitas meningkatkan kapasitas kelembagaan Koperasi dan UKM.
- b. Membangun sinergitas positif antar Koperasi, UKM dan masyarakat dalam peningkatan produktifitas.
- c. Meningkatkan daya saing komoditi unggulan daerah dengan pemanfaatan sumber daya lokal untuk kemandirian Koperasi dan UKM bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah.
- d. Memberikan pelayanan publik yang berkualitas, cepat, tepat, transparan dan akuntabel serta pembinaan, pengawasan dan pengendalian untuk memberi peluang dalam menggarakkan regulasi usaha.
- e. Memberikan peluang berusaha yang seluas-luasnya kepada Koperasi dan UKM dengan training keterampilan gratis dan dana bergulir tanpa anggaran.

## **B. Penyajian Data Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah UKM yang berada di kota Makassar. Dalam UU no.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro,Kecil, dan Menengah (UMKM) bab II pasal 6 disebutkan bahwa: Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam UU ini. Dalam penjelasan UU tersebut dicantumkan bahwa usaha kecil yang dimaksud meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal adalah usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Antara lain: petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima dan peulung. Sedangkan yang dimaksud dengan pedagang kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan/atau berkaitan dengan seni dan budaya. Obyek penelitian ini berdasarkan data dari dinas koperasi dan umkm kota Makassar tahun 2014 serta data dari perkumpulan kuliner di kota makassar, adapun perinciannya sebagai berikut:

**Table 4.1 obyek penelitian**

NO	Alamat	Sektor/ bidang usaha		Total
		Usaha Makanan	Usaha minuman	
1.	Biringkanaya	3	-	3
2.	Rappocini	7	1	8
3.	Makassar	3	-	3
4.	Mariso	4	-	4
5.	Manggala	4	-	4
6.	Tallo	1	1	2
7.	Panakkukang	6	-	6
8.	Tamalate	6	-	6
9.	Ujung Tanah	1	-	1
10.	Mamajang	2	1	3
11.	Ujung Pandang	1	1	2
<b>Jumlah</b>		<b>38</b>	<b>4</b>	<b>42</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar 2014 dan Perkumpulan kuliner makassar, sumber diolah

### C. Deskripsi Karakteristik Responden

Kuesioner yang disebarakan sebanyak 42 ekslamper, semua kuesioner memenuhi kriteria. Identitas responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari nama, umur, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman usaha, dan jumlah tenaga kerja.

#### 1. Identitas Responden Berdasarkan Umur

**Tabel 4.2 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Frekuensi	%
1.	19-25 tahun	17	40,48
2.	26-35 Tahun	15	35,71
3.	36-45 Tahun	7	16,67
4.	> 46 Tahun	3	7,14
	<b>Jumlah</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, Diolah 2016

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa jumlah wirausaha terbanyak yaitu wirausaha dengan kisaran umur antara 19-25 tahun. Hal ini sejalan dengan YB Kadarusman (2004:65) yang mengatakan bahwa usia produktif seseorang dalam bekerja yaitu dimulai pada umur 15 tahun. Roe (1964) mengatakan bahwa minat terhadap pekerjaan mengalami perubahan sejalan dengan usia, tetapi menjadi relative stabil pada *post adolescence*. Penelitian strong dalam hartini (2002) menunjukkan bahwa minat berubah secara sedang dan cepat pada usia 15-25 tahun dan sesudahnya sangat sedikit perubahannya.

## 2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3 Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1.	Laki-Laki	15	35,71
2.	Perempuan	27	64,29
	<b>Jumlah</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, Diolah 2016

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa jumlah wirausaha terbanyak yaitu wirausaha wanita, hal ini disebabkan karena perempuan di jaman sekarang (*modern*) tidak ingin lagi selalu bergantung pada pendapatan pasangannya, mereka juga tidak ingin hanya tinggal di rumah menjadi ibu rumah tangga tanpa memiliki pekerjaan. Selain itu, perempuan juga memiliki sifat yang realistis dan kreatif, antusias serta mampu berhubungan dengan lingkungan masyarakat. Hal itulah yang membuat perempuan saat ini lebih banyak yang sukses dalam berwirausaha. Fakta ini menepis pendapat Dagun (1992:2) yang mengatakan bahwa laki-laki lah yang selalu mendominasi dalam berwirausaha. Serta Hogg (1991) yang mengemukakan bahwa kebanyakan wanita cenderung sambil lalu dalam memilih pekerjaan



disbanding dengan pria. Wanita menganggap pekerjaan bukanlah hal yang penting, karena wanita masih dihadapkan pada tuntutan tradisoinal yang lebih besar menjadi istri dan ibu rumah tangga.

### 3. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

**Tabel 4.4 Distribusi IdentitasResponden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan Pemilik	Frekuensi	%
1.	SD	-	-
2.	SMP	-	-
3.	SMA	9	21,43
4.	Perguruan Tinggi	33	78,57
	<b>Jumlah</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, Diolah 2016

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa jumlah wirausaha terbanyak yaitu wirausaha yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi, hal ini sejalan dengan pendapat peter (1998) yang mengatakan bahwa pendidikan penting bagi wirausaha, tidak hanya gelar yang didupatkannya, namun pendidikan juga mempunyai peranan yang besar dalam membantu mengatasi masalah-masalah dalam bisnis, seperti keputusan investasi dan sebagainya.

#### 4. Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha

**Tabel 4.5 Distribusi identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha**

No	Pengalaman usaha	Frekuensi	%
1.	1-5 Tahun	33	78,57
2.	6-10 Tahun	9	21,43
	<b>Jumlah</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, Diolah 2016

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa perkembangan ukm di kota Makassar belum lama berkembang. Dari 42 ukm yang diteliti, Kebanyakan usaha yang dijalankan wirausahawan masih berkisar antara 1-5 tahun.

#### 5. Usaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

**Tabel 4.6 Distribusi identitas Usaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja**

No	Jumlah Tenaga kerja	Frekuensi	%
1.	1-5 orang	37	88,10
2.	6-10 orang	4	9,52
3.	11-18 orang	1	2,38
	<b>Jumlah</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer, Diolah 2016

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa pada saat ini usaha kecil yang lebih dominan di kota Makassar, kita bisa melihatnya dari distribusi tenaga kerja 1-5 orang yang dimiliki oleh 37 ukm dari 42 ukm yang diteliti.

## D. Analisis dan Olah Statistik

### 1. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan program SPSS 20. *statisticfor windows* dengan responden sebanyak 42 orang.

#### a. Uji validasi

Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai *r*-hitung yang merupakan nilai dari *corrected item-total correlation* > dari *r*-tabel (Bhuono Agung Nugroho, Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS, h.68), yaitu 0,304 (Lampiran).

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validasi Orientasi Kewirausahaan**

No	Variabel $X_1$	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	<i>Need For Achievement</i>	P1	0,450	0,304	Valid
		P2	0,462	0,304	Valid
		P3	0,350	0,304	Valid
2	<i>Self Reliance</i>	P1	0,349	0,304	Valid
		P2	0,360	0,304	Valid
		P3	0,633	0,304	Valid
3	<i>Extroversion</i>	P1	0,563	0,304	Valid
		P2	0,563	0,304	Valid
		P3	0,414	0,304	Valid
4.	<i>Internal locus of control</i>	P1	0,344	0,304	Valid
		P2	0,359	0,304	Valid
		P3	0,337	0,304	Valid

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validasi Inovasi Produk**

No	Variabel $X_2$	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Perluasan Lini Produk	P1	0,450	0,304	Valid
		P2	0,530	0,304	Valid
		P3	0,877	0,304	Valid
2	Produk Tiruan/Imitasi	P1	0,817	0,304	Valid
		P2	0,640	0,304	Valid
		P3	0,850	0,304	Valid
3	Produk Baru	P1	0,929	0,304	Valid
		P2	0,877	0,304	Valid
		P3	0,770	0,304	Valid

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validasi Kinerja Perusahaan**

No	Variabel Y	item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Kinerja Keuangan	P1	0,564	0,304	valid
		P2	0,591	0,304	valid
		P3	0,676	0,304	valid
2	Perspektif pelanggan	P1	0,566	0,304	valid
		P2	0,621	0,304	valid
		P3	0,626	0,304	valid
3	Perspektif Bisnis Internal	P1	0,406	0,304	valid
		P2	0,701	0,304	valid
		P3	0,501	0,304	valid
4	Perspektif Pertumbuhan dan pembelajaran	P1	0,598	0,304	valid
		P2	0,634	0,304	valid
		P3	0,611	0,304	valid

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Dari tabel 4.7, tabel 4.8 dan tabel 4.9 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki *corrected item-total correlation* (r-hitung) > r-tabel yaitu 0,304. Ini berarti seluruh item masing-masing yang ada dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analysis & SPSS*. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha* > 0,60 (Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*, hlm. 72).

**Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.651	13

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Dari gambar output di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,651 dengan nilai rtabel sebesar 0,304 signifikansi 5%. Kesimpulannya Cronbach's Alpha  $> 0,60$  ( $0,651 > 0,60$ ) artinya item-item orientasi kewirausahaan bersifat reliable.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk ( $X_2$ )**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.726	10

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Dari gambar output di atas, diketahui bahwa nilai Alpha sebesar 0,726, dengan nilai rtabel dengan sebesar 0,304 signifikansi 5%. Kesimpulannya Cronbach's Alpha  $> 0,60$  ( $0,726 > 0,60$ ) artinya item-item inovasi produk bersifat reliable.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Perusahaan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.746	13

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Dari gambar output di atas, diketahui bahwa nilai Alpha sebesar 0,746 dengan nilai rtabel sebesar 0,304 signifikansi 5%. Kesimpulannya Cronbach's Alpha  $> 0,60$  ( $0,746 > 0,60$ ) artinya item-item orientasi kewirausahaan bersifat reliable.

## 2. Asumsi klasik

Terdapat beberapa macam asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Sehingga persamaan yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi. Asumsi-asumsi tersebut antara lain:

### a. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas dilakukan pada data orientasi kewirausahaan, inovasi produk, kinerja perusahaan yang dilakukan pada masing-masing kelompok dengan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan *SPSS versi 20*. Berdasarkan analisis uji prasyarat yang diperoleh, maka kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Pengujian normalitas pertama dilakukan pada orientasi kewirausahaan. Taraf signifikan yang ditetapkan adalah 0,05. Berdasarkan hasil pengolahan dengan *SPSS20* maka diperoleh sig 0,200, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data orientasi kewirausahaan berdistribusi normal karena nilai sig orientasi kewirausahaan 0,200 lebih besar dari 0,05 atau  $(0,200 > 0,05)$ .
- 2) Pengujian Normalitas kedua dilakukan pada inovasi produk. Taraf signifikan yang ditetapkan adalah 0,05. Berdasarkan hasil *SPSS 20* maka diperoleh sig sebesar 0,140. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data inovasi produk berdistribusi normal, karena nilai sig inovasi produk 0,140 lebih besar dari 0,05  $(0,140 > 0,05)$ .
- 3) Pengujian normalitas ketiga dilakukan pada kinerja perusahaan taraf signifikan yang ditetapkan adalah 0,05. Berdasarkan hasil output *SPSS20*

maka diperoleh sig sebesar 0,107. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kinerja perusahaan berdistribusi normal karena nilai sig kinerja usaha lebih besar dari 0,05 ( $0,107 > 0,05$ ).

**Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas**

	Kolmogrov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	sig	Statistic	Df	Sig
Orientasi kewirausahaan	.125	42	.200	.977	42	.566
Inovasi Produk	.461	42	.140	.369	42	.202
Kinerja perusahaan	.124	42	.170	.956	42	.105

a. lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya.

Dasar pengambilan keputusannya yaitu : (1) Apabila  $du < DW < 4-du$ , maka tidak ada autokorelasi. (2) Apabila  $du \leq DW \leq 4-du$  atau  $4-du \geq DW \geq 4-dl$ , maka tidak ada kesimpulan yang dapat di ambil. (3)  $Dw < dl$ , maka autokorelasi positif. (4)  $DW > 4-dl$ , maka autokorelasi negatif.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary

Model	R	R square	Adjusted R square	Std.Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.540	.785	.630	4.54783	2.181

a. Predictors: (Constant), inovasi Produk, orientasi kewirausahaan

b. Dependent variable: kinerja perusahaan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

**Tabel 4.15 Durbin Watson (DW)**

n	k = 2	
	Dl	du
7	0,4672	1,8964
...	...	...
...	...	...
...	...	...
42	1.4073	1.6061

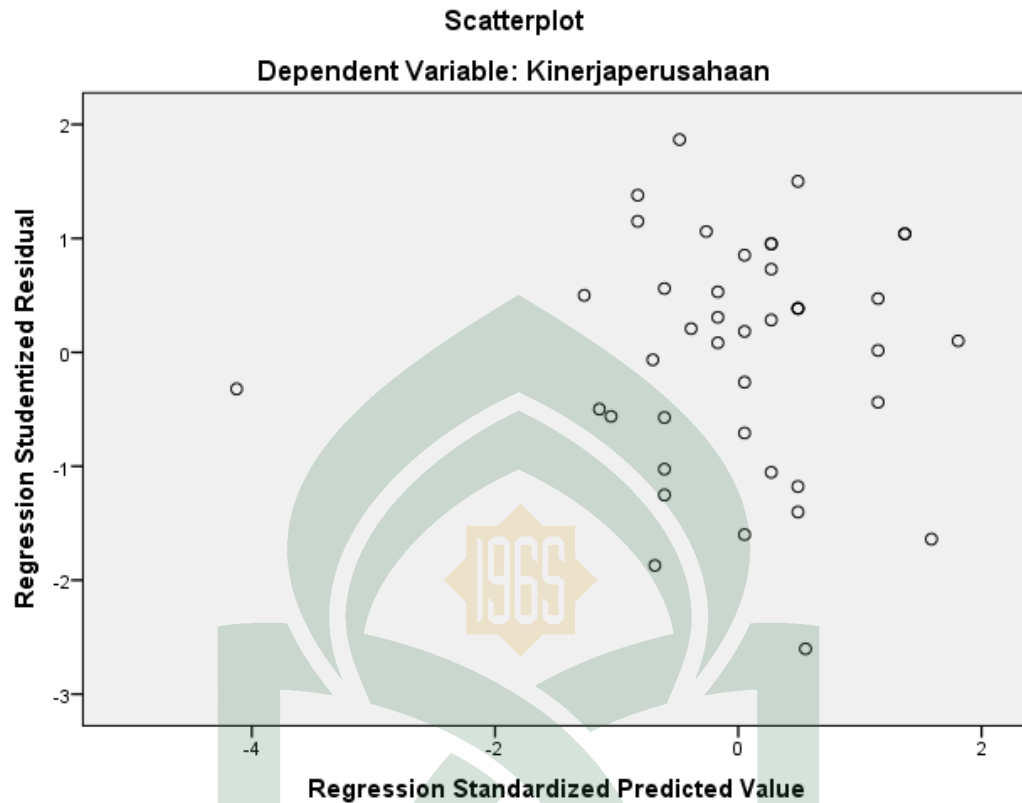
Sumber: Data Diolah, 2016

Dari hasil output diatas di dapat nilai DW 2.181 dengan sig 0.05 dan jumlah data (n) = 42 serta k = 2, dimana k adalah jumlah variabel independen. Maka di peroleh nilai dl (Batas Bawah DW) = 1.4073 dan du (Batas atas DW) = 1.6061 (lampiran). Karena nilai  $du < Dw < 4-du$ , maka dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi, sehinga uji autokorelasi terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel pengganggu memiliki varian yang sama atau tidak. Dasar analisisnya yaitu: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka akan mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Dwi Priyanto;2009).





***Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedestisitas***

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik- titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dengan membuat hipotesis : (1) Tolerance value  $< 0,10$  atau  $VIF > 10$  = terjadi multikolinieritas. (2) Tolerance value  $> 0,10$  atau  $VIF < 10$  = tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolineritas**

Model	Correlations			Collinearity Statistic	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 Orientasi kewirausahaan	.342	.381	.359	.997	1.003
Inovasi Produk	.336	.376	.354	.997	1.003

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Hasil uji multikolineritas, dapat dilihat pada tabel Coefficients dua kolom terakhir dapat dilihat di atas. Nilai VIF untuk variabel orientasi kewirausahaan yaitu 1.003 dengan Tolerance .997, VIF untuk variabel inovasi produk yaitu 1.003 dengan tolerance .997. Karena nilai Tolerance dari kedua variabel  $> 0,10$  dan VIF dari kedua variabel  $< 10$  atau 5 (banyak buku yang menyatakan tidak lebih dari 10, tapi ada juga yang menyatakan tidak lebih dari 5) maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolineritas pada kedua variabel bebas tersebut. Berdasarkan syarat asumsi klasik regresi linier, bahwa model regresi linier yang baik adalah yang terbebas dari adanya multikolineritas. Dengan demikian, model di atas telah terbebas dari adanya multikolineritas

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	5.475	14.996	
1 Orientasi Kewirausahaan	.550	.214	.359
Inovasi produk	.747	.295	.354

a. Dependent variabel: kinerja perusahaan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Terdapat beberapa kolom dalam tabel coefficients diatas. Untuk mencari persamaan regresi linear bergandanya adalah kolom 'B'. Dalam kolom B tersebut nilai (constant) adalah 5.475, Orientasi Kewirausahaan 0,550 dan Inovasi Produk 0,747. Constant merupakan konstanta persamaan regresi atau dikenal juga dengan nama Intersep. Sedangkan 0,550 dan 0,747 berturut-turut adalah konstanta untuk  $X_1$  dan  $X_2$ . Sehingga apabila dituliskan, persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y' = 5,475 + 0,550X_1 + 0,747X_2$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut yaitu: Konstanta/intersep sebesar 5.475 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) sama dengan 0 maka nilai Y adalah 5.475, dalam kata lain bahwa nilai Kinerja perusahaan tanpa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk adalah 5.475. Sedangkan Koefisien regresi variabel Orientasi Kewirausahaan sebesar 0.550 artinya bahwa peningkatan satu unit variabel Orientasi Kewirausahaan dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan pada Kinerja Perusahaan sebesar 0,550. Sedangkan Koefisien regresi variabel Inovasi Produk sebesar 0.747 artinya bahwa peningkatan satu unit variabel Inovasi Produk dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan pada Kinerja Perusahaan sebesar 0.747.

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:87). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:87).

**Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.540	.785	.630	4.54783	.785	6.220	2	39	.005

a. Predictors: (Constant), inovasi produk, orientasi kewirausahaan

b. Dependent variable: kinerja perusahaan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Berdasarkan tabel diperoleh angka  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,785 atau (78,5%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan sebesar 78,5% sedangkan sisanya sebesar 21,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini diantaranya yaitu orientasi pasar, *strategic leadership*, *knowledge management*, lingkungan *internal* dan *eksternal* perusahaan dan lain-lain.

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Pengujian Simultan (uji F)

Pengujian Simultan merupakan pengujian secara bersama-sama koefisien orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai  $Sig < 0,05$  maka variabel bebas (X) berpengaruh

signifikan terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Nilai  $F_{\text{tabel}}$  dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikansi 0,05 dengan  $df_1 = (k-1)$  dan  $df_2 = (n - k)$ . Dimana  $k$  = jumlah variabel (bebas+terikat) dan  $n$  = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi. Jadi,  $df_1 = (3-1) = 2$  dan  $df_2 = (42-3) = 39$ . Hasil diperoleh untuk  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 3,24 (lihat pada lampiran  $F_{\text{tabel}}$  probabilitas 0,05)

**Tabel 4.18 Hasil Uji F**

Anova						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	sig
1	Regression	257.276	2	128.638	6.220	.005
	Residual	806.629	39	20..683		
	Total	1063.905	41			

- a. Dependent variable: kinerja perusahaan  
 b. Predictors: (Constant), inovasi produk, orientasi kewirausahaan  
 Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Berdasarkan hasil output SPSS di atas kita dapat melihat bahwa nilai F hitung > nilai F tabel ( $6,220 > 3,24$ ) dengan tingkat signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,005. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Inovasi Produk ( $X_2$ ) jika diuji secara bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan (Y).

**b. Pengujian Parsial (uji t)**

Uji parsial atau disebut juga uji t dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

(Y). Jika nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai Sig  $< 0,05$  maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai Sig  $> 0,05$  maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Nilai  $T_{\text{tabel}}$  dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikansi 0,05 dengan  $df = n - k$ . Dimana  $k$  = jumlah variabel (bebas+terikat) dan  $n$  = jumlah observasi/sampel pembentuk regresi. Jadi,  $df = 42 - 3 = 39$ . Hasil diperoleh untuk  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,68488 (lihat pada lampiran  $t_{\text{tabel sig } 0,05}$ ).

**Tabel 4.19 Hasil Uji t**  
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.475	14.996		.385	.961
1 Orientasi Kewirausahaan	.550	.214	.359	2.574	.014
Inovasi Produk	.747	.295	.354	2.537	.015

a. Dependent variable: kinerja perusahaan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20.0) 2016

Berdasarkan hasil output SPSS di atas kita dapat melihat dimana nilai  $t$  hitung variabel  $X_1$  lebih besar dari pada nilai  $t$  tabel ( $2,574 > 1,684$ ) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,014 dan  $t$  hitung variabel ( $X_2$ ) lebih besar dari pada nilai  $t$  tabel ( $2,537 > 1,684$ ) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,015. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji parsial dalam analisis regresi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Variabel Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan (Y).
- b) Variabel Inovasi Produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan (Y).

### E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka akan dilakukan pembahasan yang memberikan beberapa informasi secara rinci tentang hasil penelitian serta bagaimana pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Inovasi produk ( $X_2$ ) sedangkan variabel dependennya adalah Kinerja perusahaan (Y). Pengujian hipotesis antar variabel independen dan variabel dependen dilakukan melalui hasil analisis SPSS 20. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan terhadap masing-masing hipotesis sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Inovasi Produk ( $X_2$ ) terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel Orientasi Kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan. Dimana Orientasi Kewirausahaan ini terdiri dari beberapa indikator yaitu *need for achievmen*, *internal locus of control self reliance*, *extroversion*. Dan Inovasi produk terdiri dari perluasan lini produk, produk baru, dan produk tiruan Secara statistik dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $6,220 > 3,24$ ) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,005. Hasil ini

mengisyaratkan Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk merupakan faktor yang berperan penting yang menentukan tinggi rendahnya peningkatan kinerja perusahaan. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan, akan mendorong semakin tingginya kinerja perusahaan (UKM kota Makassar). Sebaliknya jika orientasi kewirausahaan rendah, maka kinerja perusahaan juga akan mengalami penurunan. Begitupun dengan inovasi produk. Semakin tinggi inovasi produk maka akan mendorong semakin tingginya kinerja perusahaan (UKM kota Makassar). Sebaliknya jika inovasi produk rendah, maka kinerja perusahaan juga akan mengalami penurunan. Hasil dari analisis ini menerima hipotesis  $H_1$  bahwa Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Inovasi produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan ( $Y$ ).

Penelitian ini mendukung pernyataan Lumpkin dan Dess (1996) bahwa ada 5 dimensi yang mempengaruhi kinerja perusahaan/korporasi yaitu kebebasan, inovasi, kesediaan untuk mengambil resiko, proaktif, dan keagresifan bersaing. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan bahwa kunci utama dari dimensi orientasi kewirausahaan adalah meliputi tindakan yang dapat dilakukan secara bebas atau tidak bergantung pada pihak lain, artinya adanya kehendak untuk mengadakan pembaharuan dan bersedia menanggung resiko, cenderung lebih agresif dari pesaing, serta proaktif dalam usaha melihat atau meramalkan dan mengantisipasi peluang yang ada di pasar. Penelitian ini juga mendukung penemuan yang dikemukakan oleh Hassim et al (2011) penelitiannya yang menguji tentang hubungan antar kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi dan kinerja perusahaan. Populasi dalam penelitian UKM di



Malaysia. temuan menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk mengarahkan efek positif terhadap kinerja UKM di Malaysia.

## 2. Pengaruh orientasi kewirausahaan( $X_1$ ) terhadap kinerja perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil analisis maka disimpulkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja Perusahaan (Y). Dimana orientasi kewirausahaan ini terdiri dari beberapa indikator yaitu *need for achievement, internal locus of control, self reliance, dan extroversion*. Secara statistik dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena  $t_{hitung}$  Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $2,574 > 1,684$ ) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,014. Hasil ini mengisyaratkan orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang berperan penting yang menentukan tinggi rendahnya peningkatan kinerja perusahaan. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan, akan mendorong semakin tingginya kinerja perusahaan (UKM kota Makassar). Sebaliknya jika orientasi kewirausahaan rendah, maka kinerja perusahaan juga akan mengalami penurunan. Hasil dari analisis ini menerima hipotesis  $H_2$  bahwa Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan (Y).

Temuan ini mendukung hasil penelitian McGrath (1996), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dapat menjadi suatu cara pengukuran yang paling penting tentang bagaimana sebuah perusahaan di organisir dan merupakan sumbangan kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang penting terhadap kinerja perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan pandangan Lee dan Tsang (2001) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja. Zheng et al (2005) dalam

penelitiannya mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja. Hal itu diyakini karena Orientasi Kewirausahaan memainkan peranan yang krusial dalam menjamin suksesnya suatu program bisnis yang dijalankan dan memberikan dukungan dan dorongan melalui sikap wirausaha untuk mencapai kesuksesan dalam berusaha (Hunter dan Rogres. D, 1339:153). Awing et al (2009) yang menjelaskan bahwa ada dampak positif orientasi kewirausahaan terhadap kinerja, karena ada hubungan langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bahwa efek independen dari masing-masing dimensi orientasi kewirausahaan berkontribusi terhadap kinerja dan ada hubungan diverensial inovasi, proaktif dan mengambil resiko pada tujuan kinerja. Sedangkan penelitian awing et al (2011) memverifikasi hubungan langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja, dengan sampel penelitiannya yaitu perusahaan bumi putera dan UKM di 3 negara bagian utara semenanjung Malaysia yaitu penang, kedah, dan perlis. Analisis yang digunakan yaitu analisis faktor dan regresi. Hasil temuan dari awing et al (2011) adalah terdapat hubungan langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja.

Hasil deskriptif penelitian ini juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan di persepsikan cukup baik oleh pemilik usaha (UKM) di Makassar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja UKM hal yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan yaitu *need for achievement, internal locus of control, self reliance, dan extroversion*.

### 3. Pengaruh Inovasi Produk ( $X_2$ ) terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel Inovasi Produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja Perusahaan (Y). Dimana Inovasi Produk ini terdiri dari beberapa indikator yaitu perluasan lini produk, produk baru dan produk tiruan. Secara statistik dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan karena  $t_{hitung}$  Inovasi Produk ( $X_2$ ) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $2,537 > 1,684$ ) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,015. Inovasi merupakan kemampuan UKM untuk menciptakan dan melakukan pembaruan melalui perluasan lini produk, produk baru, dan dan produk tiruan secara terus menerus tanpa meninggalkan ciri khas agar tidak mudah ditiru dan mampu meningkatkan omzet usahanya di pasaran. Hal ini mengisyaratkan bahwa inovasi produk merupakan salah satu faktor yang berperan penting yang menentukan tinggi rendahnya peningkatan kinerja perusahaan. Semakin tinggi inovasi produk akan mendorong semakin tingginya kinerja perusahaan (UKM) di kota Makassar. Sebaliknya jika inovasi rendah kinerja perusahaan (UKM) juga akan mengalami penurunan. Hasil dari analisis ini menerima hipotesis  $H_3$  bahwa Inovasi Kewirausahaan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh Dhewanto (2014:299) Inovasi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan berbisnis karena inovasi merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan usahanya. Menurut Peter Ducker (1954) sebuah perusahaan yang kompetitif memiliki dua tujuan penting, yaitu menciptakan

nilai pelanggan (*customer value*) dan inovasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bharadwaj *et al* (1993) menemukan bahwa kemampuan perusahaan untuk terus melakukan inovasi terhadap produk produknya akan menjaga produk tersebut tetap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Temuan ini mendukung penelitian Amabile (1996) yang mengatakan bahwa inovasi merupakan penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif dalam perusahaan. Inovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian serta ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif.

Penelitian ini juga mendukung teori Dourgerty (1996) yang mengatakan bahwa inovasi produk merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap beradaptasi dengan pasar, teknologi serta persaingan. Han et al (1998) mengatakan bahwa inovasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan, dan inovasi merupakan salah satu aspek penentu terhadap kinerja perusahaan, apalagi dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat saat ini. Gunday et al (2009) Tewal (2010) yang mengemukakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan. Inovasi produk merupakan salah satu pendorong untuk kinerja yang inovatif yang juga sebagai penghubung yang berdampak positif terhadap proses inovasi dan kinerja, sehingga manajer harus berinvestasi lebih pada kemampuan inovatif dan mendukung upaya memperkenalkan jenis-jenis inovasi yang baru. Hog dan Chowdhury (2012) temuan empiris mengkonfirmasi bahwa inovasi sebagai penentu yang penting terhadap kinerja bisnis di UKM arab Saudi. Sedangkan penelitian yang dilakukan

oleh yahya Al-ansari et al (2013) yang berjudul *“innovation and Business Performance of SME's : The case of dubai”* mengemukakan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara inovasi dan kinerja bisnis.

Hasil deskripsi penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi dipersepsikan cukup baik oleh pengusaha (UKM) di kota Makassar. Oleh karena itu untuk meningkatkan inovasi produk maka faktor yang perlu diperhatikan yaitu perluasan lini produk, produk baru, dan produk tiruan/imitasi.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap kinerja UKM Kota Makassar” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kinerja ukm kota Makassar tidak terlepas dari kemampuan pengusaha dalam memahami orientasi kewirausahaan (*Need for achievement, internal locus of control, extroversion, self reliance*) dan inovasi produk (Perluasan lini produk, produk tiruan/imitasi, produk baru). Dengan tingginya orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang dimiliki maka akan lebih mudah meningkatkan kinerja ukm.
- 2) Dari uji hipotesis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi produk jika di uji secara simultan akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- 3) Dari uji hipotesis menunjukkan bahwa apabila di uji secara parsial, orientasi kewirausahaan akan berpengaruh terhadap kinerja ukm, begitupun dengan inovasi produk jika di uji secara parsial akan berpengaruh terhadap kinerja ukm.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini, yaitu :

- 1) Bagi pemilik usaha orientasi kewirausahaan merupakan variabel yang signifikan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu pemilik usaha harus senantiasa bersikap daya juang yang tinggi dalam berusaha meraih prestasi bisnis (*need for achievement*), percaya terhadap kemampuan diri (*internal locus of control*), mandiri (*self reliance*) serta sikap yang terbuka terhadap lingkungan (*extroversion*). Dan tidak lupa pula untuk melakukan inovasi (perluasan lini, produk baru, dan produk tiruan) karena inovasi juga merupakan variabel yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya Masih ada beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan namun belum dapat dimasukkan oleh peneliti, oleh karena itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain seperti orientasi pasar, *strategic leadership*, *knowledge managemen*, lingkungan *internal* dan *eksternal* perusahaan dan lain-lain yang juga merupakan beberapa faktor penentu dalam peningkatan kinerja perusahaan sehingga dapat memperkaya khasanah penelitian tentang ilmu manajemen.

## DAFTAR PUSTAKA

Asepta Hendriyanto. 2014. *Penciptaan Keunggulan Bersaing Perusahaan Melalui Inovasi* (Jurnal). Semarang: STIE Totalwin.

Andriani Suryanita. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran* (Tesis). Semarang: Universitas Diponegoro.

Andwiani Sinarasri. 2013. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner Di Semarang)* (Jurnal). Semarang: Universitas Muhammadiyah.

Afifah. 2013. *Orientasi Wirausaha Pengusaha Bordir Kerancang* (Jurnal). Padang: Politeknik Negeri Padang.

Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas Dan Vita Intan Safitri. 2015. *Penguatan Sektor Umkm Sebagai Strategi Menghadapi Mea 2015* (Jurnal). Jakarta: Universitas Esa Unggul.

Bagas Prakosg. 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang)* (Jurnal). Semarang: Universitas Diponegoro.

Bhuono Agung Nograho. 2005. *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

Billy Rubianto Irawan. 2015. *Dampak Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Peluncuran Produk Baru Dalam Industri Rokok)* (Jurnal). Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado* (Jurnal). Manado: Universitas Sam Ratulangi.

Don Y.Lee, Erik w.k. Tsang. 2014. *The Effect Of Entrepreneurial Personality, Background And Network Activities On Venture Growth, Journal Of Management Studies* (38:4 , 0022-2380).

Danny Suriatna dan R.R. Retno Ardianti. 2013. *Analisa Modal Sosial Dan Inovasi Produk Pada Pengusaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur* (Jurnal). Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Dr. Purwanto, M.Pd. 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.



Elia Quantananda dan Bambang Haryadi. 2015. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Surabaya* (Jurnal). Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Heri Setiawan. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang* (Jurnal). Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.

Imma Adiningtyas R.S dan Ratna L. Nugroho. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil* (Jurnal). Bandung: Universitas Telkom.

I Gusti Putu Darya. 2012. *Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kompetensi Usaha Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Di Kota Balikpapan* (Jurnal). Balikpapan: STIE Madani.

Iha Haryani Hatta. 2014. *Analisis Pengaruh Inovasi, Pengambilan Resiko, Otonomi, Dan Reaksi Proaktif Terhadap Kapabilitas Pemasaran Ukm Kuliner Daerah Di Jabodetabek* (Jurnal). Jakarta: Universitas Pancasila.

Isniar Budiarti. *Balanced scorecard sebagai alat ukur kinerja dan alat pengendali system manajemen strategi*. (Majalah ilmiah unikom, vol.6, hlm.51-59). Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

Idwiani sinarasri. 2013. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Persahaan*. (ISBN:978-979-98438-8-3). Semarang: Universitas Muhammadiyah.

Kukuh Mulyanto. 2014. *Peran Orientasi Kewirausahaan Dalam Menciptakan Kinerja Bisnis* (Jurnal). Semarang: STIE Totalwin.

Mega Usvita. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada UKM Pangan Dinas Perindag Tamben Kota Padang* (Jurnal). Sumatera Barat: STIE Pasaman.

Musfialdi. 2013. *Integrasi Sumber Daya Strategis, Orientasi Kewirausahaan Sebagai Basis Strategi Bersaing Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Di Provinsi Riau*. (Jurnal, ISSN: 2087-4502).

Monika Kussetya Ciptani. 2000. *Balanced Scorecard Sebagai Pengukuran Kinerja Masa Depan: Suatu Pengantar*. (Jurnal). Universitas Kristen Petra.

Mahmud dan Ariati Anomsari. 2011. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, Dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah Di Kawasan Usaha Barito Semarang)* (Jurnal). Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.

Maria Pampa Kumalaningrum. 2011. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Profitabilitas UKM Dengan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Pemediasi* (Jurnal). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ykpn.

Mohamad Soleh. 2008. *Analisis Strategi Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus : Ukm Manufaktur Di Kota Semarang)* (Tesis). Semarang: Universitas Diponegoro.

Meike Supranoto. 2009. *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar , Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran* (Tesis). Semarang: Universitas Diponegoro.

Nurul Zuriah. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Prof. Dr. Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Perminas Pangeran. 2012. *Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Kinerja Keuangan Pengembangan Produk Baru Usaha Mikro Kecil Dan Menengah* (Jurnal). Yogyakarta: Universitas Kristen Duta Wacana.

Perengki Susanto. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar Pada Kinerja Perusahaan Kecil* (Jurnal). Padang: Universitas Negeri Padang.

Paulus Wardoyo, Ending Rusdianti, Sri Purwanti. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Usaha Dan Minerja Bisnis Umkm Ujung-Ujung Kec. Pabelan, Kab. Semarang* (Jurnal). Universitas Semarang.

Rahmanto Aji, Dra.Sri Hartati,Ms ,Dra.Diana Rusmawati. *Hubungan Antara Locus Of Control Internal Dengan Kematangan Karir Pada Siswa Kelas XII SMK N 4 Purworejo* (Jurnal) Universitas Diponegoro.

Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari. 2014. *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang)* (Jurnal). Malang: Universitas Kanjuruhan.

Renita Helia, Naili Farida dan Bulan Prabawani. 2015. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo)* (Jurnal). Semarang: Universitas Diponegoro.

Rahayu Puji Suci. 2009. *Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, Dan Strategi Bisnis (Studi Pada Industri Kecil Menengah Bordir Di Jawa Timur)* (Jurnal). Malang: Universitas Widyagama.

Rosady Ruslan. 2003. *Metode Penelitian: Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.

Sumiati. 2015. *Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya* (Jurnal). Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945.

Sensi Tribuana Dewi. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Batik Di Kota Dan Kabupaten Pekalongan)* (Tesis). Semarang: Universitas Diponegoro.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Singgih Santoso. 2010. *Statistik Nonparametrik konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Suhartini Karim. 2007. *Analisis Pengaruh Kewirausahaan Korporasi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Pabrik Pengolahan Crumb Rubber di Palembang* (Jurnal). Palembang: Universitas Sriwijaya.

Tony Wijaya. 2007. *Hubungan Adversity Intelligence Dengan Intense Berwirausaha (Studi Empiris Pada Siswa SMK N 7 Yogyakarta. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.9, No.2 (117-127)*. Universitas Kristen Petra.

Vivin Oblivia Yunal Dan Ratih Indriyani. 2013. *Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat* (Jurnal). Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Widhy Tri Astuti. 2012. *Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Profitabilitas Yang Dimoderasi Oleh Inovasi Produk Pada UMKM* (Jurnal). Yogyakarta: UPN Veteran.

Yuyun Wahyuni,SE,M.Si. 2011. *Dasar-dasar Statistik Deskriptif*. Yogyakarta:Nuha Medika.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**ALAUDDIN**  
M A K A S S A R



LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
AR-RANIRY

M A K A S S A R

**LAMPIRAN 1****KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yang Terhormat

Bapak/Ibu/Saudara(i) Responden

Di-

Tempat

Dengan Hormat,

Nama saya Indra Yanti Sari, Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Makassar)”** untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (S1).

Dengan ini mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara(i) berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi daftar pertanyaan yang telah saya sediakan dibawah ini. Mohon kiranya diisi dengan sebenar-benarnya dan sejujur-jujurnya tanpa dipengaruhi oleh siapapun, serta jawaban bersifat rahasia. Apapun jawaban Bapak/Ibu/Saudara(i) tidak ada yang salah dan tidak akan berpengaruh terhadap penilaian kerja Bapak/Ibu/Saudara(i) pada saat penelitian, hal ini dikarenakan peneliti menjamin sepenuhnya kerahasiaan identitas seluruh jawaban Bapak/Ibu/Saudara(i) dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademik.

Mohon jangan sampai ada yang terlewatkan, peneliti mohon maaf apabila ada yang tidak berkenan atas hadirnya kuesioner ini, atas kesediaan dan perhatian serta kerjasamanya, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Makassar, 2016

Peneliti

Indra Yanti Sari

**PETUNJUK PENGISIAN:**

Mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan mengisi jawaban secara tertulis dan memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : .....
2. Umur : ..... Tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
4. Status Perkawinan : ☐ Kawin ☐ Belum Kawin
5. Suku : .....

**II. IDENTITAS USAHA**

1. Nama Usaha : .....
2. Jenis Bidang Usaha : .....
3. Perusahaan Berdiri Sejak Tahun : .....
4. Tingkat Pendidikan Pemilik : ☐ SD ☐ SMP  
☐ SMA/SMK ☐ PT
5. Pengalaman usaha : ..... Tahun
6. Alamat Perusahaan : .....
7. Jumlah Tenaga Kerja : ..... Orang

**PETUNJUK PENGISIAN:**

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan berikan **tanda silang (X)** pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan perusahaan anda.

**1 = Sangat Tidak Setuju (STS)**

**4 = Setuju (S)**

**2 = Tidak Setuju (TS)**

**5 = Sangat Setuju (SS)**

**3 = Cukup Setuju (CS)**

## 1. Variabel Orientasi kewirausahaan (X1)

N O	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b><i>Need For Achievement (Keinginan untuk berprestasi)</i></b>						
1.	Saya sebagai pemilik usaha selalu merasa tidak puas bila yang saya inginkan belum saya peroleh	1	2	3	4	5
2.	Saya sebagai pemilik usaha terus berusaha walau orang lain mengatakan tidak mungkin	1	2	3	4	5
3.	Saya sebagai pemilik usaha terus bekerja sampai mencapai tujuan yang saya inginkan	1	2	3	4	5
<b><i>Self Reliance (Kemandirian)</i></b>						
4.	Orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya	1	2	3	4	5
5.	Saya sebagai pemilik usaha suka mengambil keputusan sendiri untuk meningkatkan penjualan	1	2	3	4	5
6.	Saya sebagai pemilik usaha lebih suka melibatkan teman dalam menjalankan usaha	1	2	3	4	5
<b><i>Extroversion (Keterbukaan)</i></b>						



7.	Saya sebagai pemilik usaha senang berjumpa dengan orang-orang baru dalam hal mengembangkan usaha saya	1	2	3	4	5
8.	Saya sebagai pemilik usaha selalu berinisiatif untuk memulai pembicaraan terlebih dahulu baik terhadap relasi maupun terhadap karyawan	1	2	3	4	5
9.	Saya sebagai pemilik usaha menyukai banyak kesibukan	1	2	3	4	5
<b><i>Internal Locus Of Control</i></b>						
10.	Apa yang saya capai adalah hasil dari kerja keras saya	1	2	3	4	5
11.	Untung atau ruginya usaha saya ditentukan oleh saya sendiri	1	2	3	4	5
12.	Saya mampu menguasai diri saya	1	2	3	4	5

**PETUNJUK PENGISIAN:**

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan berikan **tanda silang (X)** pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan perusahaan anda.

**1 = Sangat Tidak Setuju (STS)**

**4 = Setuju (S)**

**2 = Tidak Setuju (TS)**

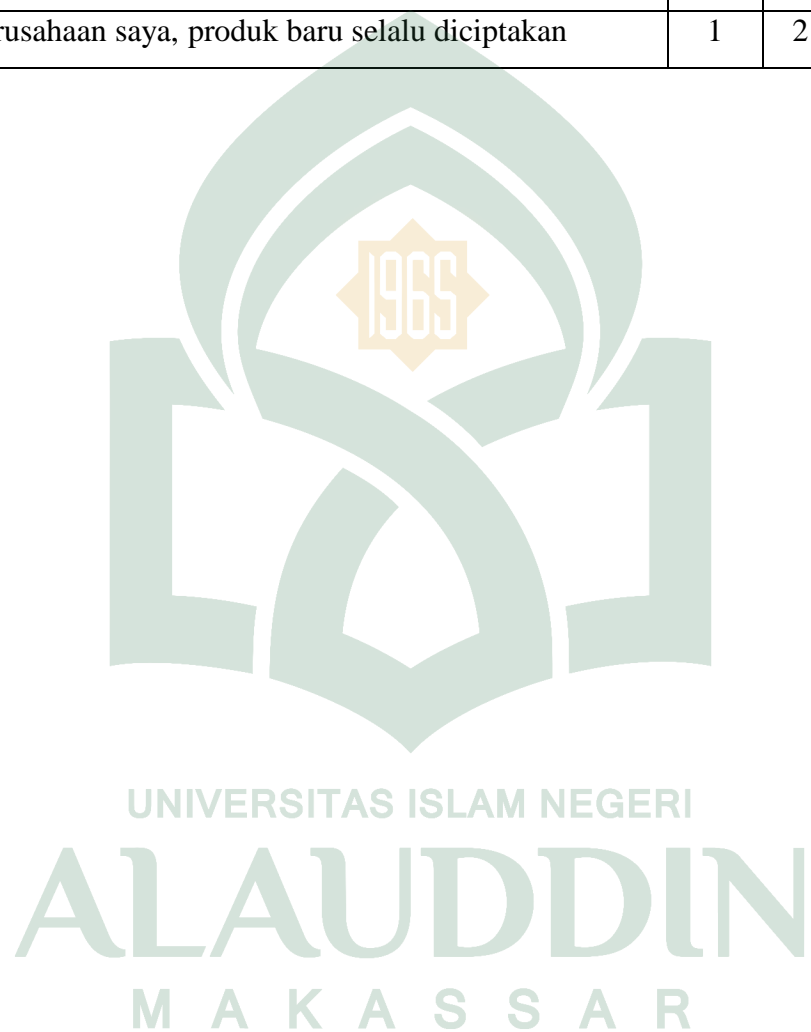
**5 = Sangat Setuju (SS)**

**3 = Cukup Setuju (CS)**

**2. Variabel Inovasi Produk (X2)**

N O	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Perluasan Lini Produk						
1.	Saya sebagai pemilik usaha selalu menciptakan produk sesuai dengan keinginan konsumen	1	2	3	4	5
2.	Saya sebagai pemilik usaha selalu memasukkan perluasan lini produk dalam rencana kerja	1	2	3	4	5
3.	Saya sebagai pemilik usaha selalu mengembangkan produk yang menjadi andalan usaha saya	1	2	3	4	5
Produk Tiruan/Imitasi						
4.	Produk tiruan yang diciptakan dalam rangka peningkatan penjualan lebih disukai oleh pelanggan	1	2	3	4	5
5.	Produk tiruan sering diproduksi karena konsumen membutuhkan produk yang sama namun konsumen tidak dapat memperoleh produk tersebut dengan mudah	1	2	3	4	5
6.	Produk tiruan yang diciptakan tidak lebih baik dari produk yang telah ada sebelumnya namun mampu meningkatkan penjualan	1	2	3	4	5

<b>Produk Baru</b>						
7.	Produk baru yang saya ciptakan selalu menyesuaikan dengan trend waktu	1	2	3	4	5
8.	Produk baru yang saya ciptakan tidak meninggalkan ciri khas dari produk andalan yang telah ada sebelumnya	1	2	3	4	5
9.	Dalam perusahaan saya, produk baru selalu diciptakan	1	2	3	4	5



**PETUNJUK PENGISIAN:**

Bacalah semua pernyataan ini dengan cermat. Pilih dan berikan **tanda silang (X)** pada nomor yang paling menggambarkan kondisi yang paling sesuai dengan perusahaan anda.

**1 = Sangat Tidak Setuju (STS)**

**4 = Setuju (S)**

**2 = Tidak Setuju (TS)**

**5 = Sangat Setuju (SS)**

**3 = Cukup Setuju (CS)**

**3. Variabel Kinerja Perusahaan (Y)**

N O	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Kinerja Keuangan</b>						
1.	Pendapatan bersih terus meningkat setiap tahun	1	2	3	4	5
2.	Perkembangan penjualan meningkat setiap tahun	1	2	3	4	5
3.	Saya sebagai pemilik usaha mampu bertahan dalam kondisi apapun sehingga mampu mengembalikan modal yang telah diinvestasikan	1	2	3	4	5
<b>Perspektif pelanggan</b>						
4.	Saya sebagai pemilik usaha dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen/pelanggan yang lama	1	2	3	4	5
5.	Saya sebagai pemilik usaha mampu menarik konsumen yang baru	1	2	3	4	5
6.	Saya sebagai pemilik usaha selalu memberikan layanan yang cepat terhadap pelanggan	1	2	3	4	5
<b>Perspektif Bisnis Internal</b>						
7.	Saya sebagai pemilik usaha selalu menciptakan,menemukan	1	2	3	4	5

	dan mengembangkan produk baru (Proses inovasi)					
8.	Saya sebagai pemilik usaha selalu memperhatikan efisiensi proses, konsistensi dan ketetapan waktu dari barang/jasa yang diberikan kepada konsumen (proses operasi)	1	2	3	4	5
9.	Saya sebagai pemilik usaha selalu memberikan garansi terhadap produk cacat atau rusak, serta pelayanan dalam complain (pelayanan purna jual)	1	2	3	4	5
<b>Perspektif Pertumbuhan dan pembelajaran</b>						
10.	Karyawan dapat berpikir kritis dan melakukan evaluasi serta memberikan usulan perbaikan terhadap proses dan lingkungan kerja	1	2	3	4	5
11.	Kepuasan karyawan dapat meningkatkan produktivitas, dan kualitas pelayanan kepada konsumen	1	2	3	4	5
12.	Saya sebagai pemilik usaha selalu memantau kesejahteraan karyawan serta meningkatkan pengetahuan mereka	1	2	3	4	5

## Lampiran 2

## Data Responden

<b>N O</b>	<b>Nama Usaha</b>	<b>Jenis Bidang Usaha</b>	<b>Tingkat Pendidikan Pemilik</b>	<b>Pengalaman usaha</b>	<b>Jumlah Tenaga kerja</b>	<b>Alamat Perusahaan</b>
1.	A.N Cake Traditional	Kuliner	PT	1 Tahun	3 Orang	BTN. Pondok Asri Sudiang/biringka naya
2.	Arumanis Rainbow Makassar	Makanan Ringan	PT	7 Bulan	2 Orang	Jln. A.P.Pettarani Komp IDI Blok G7/7 kec.Rappocini
3.	Bakso Gool	Kuliner	PT	3 Tahun	7 Orang	JL. Hertasning Baru Makassar
4.	Ma'dona Banana Brownies	Kuliner	PT	3 Tahun	7 Orang	Jln Perintis Kemerdekaan km 17 Makassar/kec. makassar
5.	Batagor Siomay Ibu Indri	Kuliner	SMA/SMK	10 Tahun	1 Orang	Jl. Nusa Tamarunang B3 No.5
6.	Bichos	Tata Boga	PT	1 Tahun	3 Orang	Perdos Unhas Blok AB nomor 11 Tamalanrea /kecamatan manggala
7.	Bina Celebes	Industri Markisa	PT	1 Tahun	3 Orang	Jl. Lembo No. 108
8.	Break Day	Kuliner	PT	1 Tahun	3 Orang	Jl. Sukaria 4 No 12
9.	Dapur Bunda	Cake & Bakery	PT	7 Tahun	1 Orang	Jl. Raya Pendidikan blok E3/1
10.	Chouxbox Pastry House Makassar	Jasa Boga	PT	2 Tahun	2 Orang	Jl. ABD Kadir, Komp Hartaco Indah, 1Y/25
11.	Cokelat Karaeng	Cokelat, Lolipop,	PT	1 Tahun	5 Orang	Jl. Abubakar Lambogo No. 184
12.	CV. Putra Belawa	Kuliner	PT	1 Tahun	2 Orang	Jl. Sukaria 4
13.	Dapur Chyla	Cake, Cokelat dan Cories	PT	2 Tahun	3 Orang	Jl. Batua Raya 14 No. 2

14.	D' Yumnies	Kuliner	PT	7 Tahun	2 Orang	BTN Cemara Hijau Asri Blok A No. 3 Gowa
15.	El Kitchen	Kuliner	SMA/SMK	1 Tahun	2 Orang	Jl. Barrang Caddi No.2
16.	Enciban	Cakery	PT	2 Tahun	2 Orang	Minasa Upa Blok AB 16 No. 1
17.	Harly's Chocolate	Cokelat Fancy	PT	3 Tahun	2 Orang	Jl. Antang Raya Komp. Taman Hartaco Mas Blok B IV/No.8
18.	Idhany Arsal Kitchen	Home Made Pizza/ Bakery	PT	2 Tahun	1 Orang	Bumi Permata Sudian G/3
19.	Jeka Siomay	Kuliner	PT	1 Tahun	4 Orang	Pettarani no.9
20.	KEPOMA (Keripik Pisang Orang Makassar)	Pengelolaan Keripik	PT	10 Tahun	10 Orang	Jl Arsitektur 4 D 50
21.	Keripik Ketje	Makanan Kering	PT	1 Tahun	3 Orang	Mutiara Zahrah Residence, Gowa
22.	Komunikafe	Kuliner	PT	1 Tahun	5 Orang	Jl. Sultan Alauddin 2 No. 1
23.	Lapurple Burger	Makanan	PT	1 Tahun	4 Orang	Jl. Racing Center No. 71
24.	Mangga Babu Neal	Kuliner	PT	3 Tahun	1 Orang	Jl. DG Tata
25.	Mister Pie	Makanan	PT	3 Tahun	3 Orang	Gumer
26.	More Cakes	Kue	SMA/SMK	3 Tahun	1 Orang	Nuri Lama
27.	Nuputzaq	Kuliner	PT	4 Tahun	1 Orang	Btn. Minasa Upa Blok AB9/25
28.	Omah Wareg	Kuliner	PT	5 Tahun	4 Orang	Jl. Serigala No. 19 Makassar
29.	Pantri House	F and B Services	PT	9 Tahun	18 Orang	JL. Pelita Raya11
30.	Pisang Kurdu	Lumpia Pisang	SMA/SMK	3 Tahun	2 Orang	Jl. Letjen Mappaodang I / 1
31.	Quwena Cake	Cake & Cookis	PT	3 Tahun	4 Orang	Jl. Pongtiku I Lr No. G 2
32.	Randol	Minuman	PT	1 Tahun	1 Orang	Jl. G. Lompobattang No. 48
33.	Ratna Frozen Food	Frozen Food	PT	1 Tahun	1 Orang	Sudiang

34.	Rumah Kue Chaca	Kuliner	PT	1 Tahun	1 Orang	Jl. Malino No. 136 Sungguminasa
35.	Aurdsa	Sirup Markisa	SMA/SMK	3 Tahun	3 Orang	Jl. Tupai IV No. 9 Kec. Mamajang Kel. Labuang Baji
36.	Snack Box By Cif	Kuliner	PT	1,5 Tahun	10 Orang	Jalan Cendrawasih no 80 / kec. Mariso
37.	Sop Ubi Zahra	Warung Makan	SMA/SMK	3 Tahun	2 Orang	Jl. Adhyaksa Baru
38.	Sosis Bakar Jumbo 1345	Makanan	SMA/SMK	1 Tahun	1 Orang	Jl. Abd Dg Sirua No. 3 c
39.	Sugarient	Food and Beverage Product	PT	2 Tahun	1Orang	Jl. Dg Tata Komp Hartaco Indah blok 2e No. 1
40.	Super Cafe	Kuliner	SMA/SMK	3 Tahun	5 Orang	Jl. Salemba No. 1
41.	Tartes Cakerie	Kuliner	PT	6 Tahun	2 Orang	Jl. Tamangapa Raya Komp Madanilang B/7
42.	Yotta Ice Blended	Minuman	PT	1 Tahun	2 Orang	Jalan Mapala



### Lampiran 3

## HASIL UJI VALIDITAS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

## Correlations

[illegible]

Item 8	Pearson Correlation	-.015	.010	.342*	-.155	.018	.005	.426**	1	.334*	-.121	.058	-.128	.485
	Sig. (2-tailed)	.925	.948	.027	.327	.908	.972	.005		.031	.444	.714	.420	.001
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Item 9	Pearson Correlation	-.237	-.136	.236	.128	.015	.430**	.684**	.334*	1	-.050	.072	-.110	.414**
	Sig. (2-tailed)	.130	.389	.132	.421	.924	.004	.000	.031		.753	.650	.487	.006
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Item 10	Pearson Correlation	.016	.287	-.111	-.013	.102	.058	-.090	-.121	-.050	1	.210	.448**	.344*
	Sig. (2-tailed)	.921	.066	.485	.933	.521	.713	.570	.444	.753		.183	.003	.026
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Item 11	Pearson Correlation	-.166	.196	-.096	.065	-.073	.096	.093	.058	.072	.210	1	.497**	.359*
	Sig. (2-tailed)	.294	.212	.545	.685	.647	.547	.558	.714	.650	.183		.001	.019
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Item 12	Pearson Correlation	.017	.145	.009	.078	-.200	.082	.058	-.128	-.110	.448**	.497**	1	.337*
	Sig. (2-tailed)	.917	.359	.956	.621	.204	.604	.715	.420	.487	.003	.001		.029
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Skor Total	Pearson Correlation	.280	.462**	.221	.349*	.360*	.633**	.563**	.285	.414**	.344*	.359*	.337*	1
	Sig. (2-tailed)	.073	.002	.160	.024	.019	.000	.000	.067	.006	.026	.019	.029	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### HASIL UJI RELIBILITAS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.651	13

### HASIL UJI VALIDITAS INOVASI PRODUK

		Correlations									
		item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	Skorttotal
Butir1	Pearson Correlation	1	.698**	.260	.966**	.910**	.589**	.763**	.212	.062	.450
	Sig. (2-tailed)		.000	.096	.835	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir2	Pearson Correlation	.698**	1	.372*	-.047	.000	.050	.273	.155	-.050	.530
	Sig. (2-tailed)	.000		.015	.766	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir3	Pearson Correlation	.260	.372*	1	.763**	.212	.062	.966**	.910**	.589**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.096	.015		.000	.178	.696	.000	.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir4	Pearson Correlation	-.033	-.047	.763**	1	.000	-.284	.790**	.763**	.615**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.835	.766	.000		1.000	.068	.000	.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir5	Pearson Correlation	.000	.000	.212	.000	1	.000	.165	.212	.560	.640
	Sig. (2-tailed)	1.000	1.000	.178	1.000		1.000	.000	.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir6	Pearson Correlation	.05	.050	.062	-.284	.000	1	-.104	.155	.475**	-.850
	Sig. (2-tailed)	.826	.753	.696	.068	1.000		.000	.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir7	Pearson Correlation	.191	.273	.966**	.790**	.165	-.104	1	.966**	.779**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.227	.080	.000	.000	.298	.511		.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir8	Pearson Correlation	-.043	.155	.910**	.763**	.212	-.155	.966**	1	.806**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.785	.327	.000	.000	.178	.327	.000		.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir9	Pearson Correlation	-.035	-.050	.589**	.615**	.000	-.475**	.779**	.806**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.826	.753	.000	.000	1.000	.001	.000	.000		.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Skorttotal	Pearson Correlation	.210	.114	.877**	.817**	.137	-.208	.929**	.877**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.181	.473	.000	.000	.386	.187	.000	.000	.000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### HASIL UJI RELIBILITAS INOVASI PRODUK

**Case Processing Summary**

	N	%
Valid	42	100.0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	42	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	10

[illegible]

Butir8	Pearson Correlation	.212	.283	.549*	.169	.215	.306*	.517*	1	.350*	.464*	.488*	.487**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.179	.069	.000	.285	.172	.049	.000		.023	.002	.001	.001	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir9	Pearson Correlation	.232	.247	.298	.033	.035	.070	.130	.350*	1	.366*	.384*	.294	.501**
	Sig. (2-tailed)	.139	.115	.055	.838	.826	.660	.412	.023		.017	.012	.059	.001
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir10	Pearson Correlation	.095	.046	.394*	.100	.101	.154	.082	.464*	.366*	1	.726*	.760**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.550	.774	.010	.530	.526	.329	.606	.002	.017		.000	.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir11	Pearson Correlation	.029	.031	.286	.139	.099	.174	.277	.488*	.384*	.726*	1	.887**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.855	.846	.066	.380	.531	.270	.075	.001	.012	.000		.000	.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Butir12	Pearson Correlation	.050	.053	.242	.131	.079	.171	.217	.487*	.294	.760*	.887*	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.752	.738	.122	.409	.617	.278	.168	.001	.059	.000	.000		.000
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42
Skortotal	Pearson Correlation	.564**	.591**	.676*	.566*	.621*	.626*	.406*	.701*	.501*	.598*	.634*	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### HASIL UJI RELIBILITAS KINERJA PERUSAHAAN

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	42	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	42	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	13

## LAMPIRAN 4

## UjiNormalitas

## Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Orientasikewirausahaan	.125	42	.200	.977	42	.566
Inovasiproduk	.461	42	.140	.369	42	.202
Kinerjaperusahaan	.124	42	.107	.956	42	.105

a. Lilliefors Significance Correction

## UJI AUTOKORELASI

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasiproduk, Orientasikewirausahaan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.540 <sup>a</sup>	.785	.630	4.54783	2.181

a. Predictors: (Constant), Inovasi produk, Orientasikewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.276	2	128.638	6.220	.005 <sup>b</sup>
	Residual	806.629	39	20.683		
	Total	1063.905	41			

a. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan

b. Predictors: (Constant), Inovasi produk, Orientasikewirausahaan



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.475	14.996		.385	.961
1 Orientasikewirausahaan	.550	.214	.359	2.574	.014
Inovasiproduk	.747	.295	.354	2.537	.015

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	41.7147	56.5773	52.0476	2.50500	42
Residual	-11.43240	8.16236	.00000	4.43552	42
Std. Predicted Value	-4.125	1.808	.000	1.000	42
Std. Residual	-2.514	1.795	.000	.975	42

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

**Uji Multikolineritas****Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasiproduk, Orientasikewirausahaan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

b. All requested variables entered.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 Orientasikewirausahaan	.342	.381	.359	.997	1.003
Inovasiproduk	.336	.376	.354	.997	1.003

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Orientasi kewirausahaan	Inovasi produk
1	1	2.994	1.000	.00	.00	.00
	2	.005	24.709	.00	.38	.57
	3	.001	45.397	1.00	.62	.43

a. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan



## LAMPIRAN 5

## UJI REGRESI GANDA

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasiproduk, Orientasikewirausahaan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.540 <sup>a</sup>	.785	.630	4.54783	.785	6.220	2	39	.005

a. Predictors: (Constant), Inovasi produk, Orientasi kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasiproduk, Orientasikewirausahaan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan

b. All requested variables entered.

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.276	2	128.638	6.220	.005 <sup>b</sup>
	Residual	806.629	39	20.683		
	Total	1063.905	41			

a. Dependent Variable: Kinerjaperusahaan

b. Predictors: (Constant), Inovasi produk, Orientasi kewirausahaan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.475	14.996		.385	.961
	Orientasikewirausahaan	.550	.214	.359	2.574	.014
	Inovasiproduk	.747	.295	.354	2.537	.015

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	41.7147	56.5773	52.0476	2.50500	42
Std. Predicted Value	-4.125	1.808	.000	1.000	42
Standard Error of Predicted Value	.740	3.967	1.097	.531	42
Adjusted Predicted Value	43.9895	56.9124	52.0933	2.33800	42
Residual	-11.43240	8.16236	.00000	4.43552	42
Std. Residual	-2.514	1.795	.000	.975	42
Stud. Residual	-2.602	1.867	-.003	1.006	42
Deleted Residual	-12.25076	8.82780	-.04567	4.73065	42
Stud. Deleted Residual	-2.826	1.931	-.010	1.031	42
Mahal. Distance	.110	30.222	1.952	4.634	42
Cook's Distance	.000	.162	.023	.036	42
Centered Leverage Value	.003	.737	.048	.113	42

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

**LAMPIRAN 6****Pengujian Hipotesis (Uji F dan Uji T)****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.276	2	128.638	6.220	.005 <sup>b</sup>
	Residual	806.629	39	20.683		
	Total	1063.905	41			

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

b. Predictors: (Constant), Inovasi produk, Orientasi kewirausahaan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.475	14.996		.385	.961
1	Orientasi kewirausahaan	.550	.214	.359	.014
	Inovasi produk	.747	.295	.354	.015

a. Dependent Variable: Kinerja perusahaan

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Indra Yanti Sari lahir pada tanggal 22 Juni 1994 di Kolaka, Sulawesi Tenggara. Merupakan anak ke tiga dari empat bersaudara dari pasangan Aman Safrin dan Jayani.

Pada Tahun 2000 memulai pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 235 Bolong. Kemudian pada tahun 2006 melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Lamasi dan lulus pada tahun 2009, di tahun yang sama melanjutkan pendidikan nya di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Palopo dan lulus pada tahun 2012. Pada Tahun 2012 lanjut ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melalui jalur UMM. Pengalaman organisasi Selama menjalani kuliah di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yaitu menjadi pengurus di Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen, Pengurus di Koperasi Mahasiswa (KOPMA) UIN Alauddin Makassar, Pengurus di Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) PT UIN Alauddin Makassar, dan Pengurus di Generasi Baru Indonesia (GenBI) Sulsel.

Pada tahun 2015 bulan Agustus-Oktober mengikuti Kuliah Kerja Nyata Profesi (KKNP) di PT PLN (Persero) Unit Pelayanan Transmisi Sulselrabar, dan menyelesaikan kuliah pada tahun 2016 di bulan september dengan IPK 3,91 Cumlaude.